



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

# **A responsabilidade dos prestadores de mercado em linha**

**Um enquadramento europeu e uma visão sobre a  
compra e venda de bens de consumo**

Mariana de Sousa Freitas

Mestrado em Direito

Faculdade de Direito | Escola do Porto

2023





UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

# **A responsabilidade dos prestadores de mercado em linha**

**Um enquadramento europeu e uma visão sobre a  
compra e venda de bens de consumo**

Mariana de Sousa Freitas

Orientadora: Professora Doutora Maria João Sarmento Pestana de  
Vasconcelos

Mestrado em Direito

Faculdade de Direito | Escola do Porto

2023

À minha madrinha Angelina, por me guiar em todos os meus caminhos.

À minha afilhada Maria, por me lembrar todos os dias que a beleza está nas coisas mais  
simples.

“Sentes que um tempo acabou  
Primavera de flor adormecida  
Qualquer coisa que não volta que voou  
Que foi um rio, um ar, na tua vida”

Balada da Despedida do 5.º Ano Jurídico

Coimbra, 1988/1989

## **Agradecimentos**

Aos meus pais e à minha irmã, por me apoiarem em todas as minhas decisões e aventuras, por me ouvirem, por estarem sempre lá e por toda a confiança que colocam em mim, por tudo.

Aos meus avós maternos, por todo o carinho que têm por mim, que nunca deixe de ser a vossa menina. À restante família materna, por todo o apoio e por toda a compreensão pela minha ausência.

À minha afilhada Maria, de cinco anos, por ser uma luz na minha vida, por me mostrar que a felicidade e a beleza estão nas coisas mais simples e por me lembrar que o mais importante é estar presente.

À minha madrinha Angelina, por me guiar sempre, sei que estará sempre comigo.

Às minhas amigas, Beatriz, Joana, Maria Afonso e Maria Costa, por serem as melhores pessoas que Coimbra me podia dar, por todos os momentos e aventuras que vivemos ao longo destes anos.

À Valentina, por me ter apoiado ao longo destes meses, por ser mais do que uma colega de casa, por ser minha amiga.

À minha orientadora, a Professora Doutora Maria João Vasconcelos, por todos os ensinamentos e apoio prestado ao longo da elaboração desta dissertação, por toda a compreensão e por todas as palavras de força que me transmitiu.

À Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, a quem devo o gosto pelo Direito Privado e esta paixão pelo Direito do Consumidor.

A Coimbra, por ter sido a cidade que me acolheu em 2017, onde vivi muita coisa, onde fui muito feliz. “Coimbra não se explica...Sente-se!” é a mais pura das verdades.

A todos vocês o meu muito obrigada!

## **Resumo**

Os mercados em linha desempenham um papel crucial no âmbito das relações entre profissionais e consumidores. Por um lado, os consumidores têm acesso a uma maior variedade de bens e serviços. Por outro lado, os profissionais têm a oportunidade de alcançar mais consumidores, e, portanto, expandir os seus negócios. Deste modo, a proteção do consumidor é uma preocupação central neste contexto, o que nos leva a elaborar esta dissertação de mestrado para refletir sobre a responsabilidade dos prestadores de mercado em linha. Para tal, efetuamos uma análise da evolução da resposta da União Europeia face à emergência dos mercados em linha e também tecemos considerações relativamente à responsabilidade dos prestadores de mercado em linha no seio da legislação de compra e venda de bens de consumo em Portugal.

Em suma, procuramos analisar e refletir, se a União Europeia e Portugal estão preparados para tutelar a posição do consumidor no seio da ascensão dos mercados em linha e, se estão preparados para dar resposta aos novos desafios acarretados por estes.

**Palavras-chave:** Mercado em linha; Prestador de mercado em linha; Responsabilidade; Consumidor; Profissional; União Europeia; Compra e venda de bens de consumo.

## **Abstract**

Online marketplaces have a crucial role in business-to-consumer relationships. While consumers have access to a greater variety of goods and services, businesses have the opportunity to reach more consumers and therefore expand their business. These conditions make consumer protection a major concern in the context of those relationships. With that in mind, this master's thesis approach is based on the liability of online marketplaces providers. To do so, we carry out an analysis on the evolution of the European Union's response to the emergence of online marketplaces and also make considerations regarding the liability of online marketplaces providers within the legislation on the purchase and sale of consumer goods in Portugal.

Therefore, the aim of this work is to analyze and consider whether the European Union and Portugal are prepared to protect the consumer's position within the rise of online marketplaces and whether they are prepared to respond to the new challenges they might pose.

**Keywords:** Online marketplace; Online marketplace providers; Liability; Consumer; Business; European Union; Purchase and sale of consumer goods.

## Índice

Introdução.....	1
Capítulo I- A mudança da realidade contratual: de uma estrutura bilateral para uma estrutura triangular.....	2
1. O papel das plataformas .....	2
2. Considerações relativamente aos mercados em linha.....	2
2.1. O conceito de mercado em linha.....	3
2.2. As particularidades dos mercados em linha.....	4
3. Breve esclarecimento quanto à noção de consumidor e de profissional .....	6
Capítulo II- A resposta da União Europeia face à emergência dos mercados em linha...	9
1. Contextualização .....	9
2. A isenção de responsabilidade presente na Diretiva sobre o comércio eletrónico...	9
3. O posicionamento da UE ao longo dos anos: desde a Diretiva sobre o comércio eletrónico até ao Regulamento dos serviços digitais .....	13
3.1. O reconhecimento da necessidade de estudar os problemas relativos às plataformas em linha .....	13
3.2. As Diretivas (UE) 2019/770 e (UE) 2019/771 .....	15
3.3. O Regulamento P2B .....	17
3.4. A Diretiva Omnibus.....	17
3.5. O Regulamento dos serviços digitais.....	20
Capítulo III- A responsabilidade dos prestadores de mercado em linha na compra e venda de bens de consumo.....	26
1. Contextualização .....	26
2. O anterior regime do DL 67/2003, de 8 de abril .....	26
3. O novo regime do DL 84/2021, de 18 de outubro.....	29
3.1. Breves considerações.....	29
3.2. Análise das disposições relativas à responsabilidade dos prestadores de mercado em linha- art. 44.º e ss DL 84/2021 .....	30

3.2.1. Análise do art. 44.º DL 84/2021- “Responsabilidade do prestador de mercado em linha”.....	31
3.2.2. Análise do art. 45.º DL 84/2021- “Dever especial de informação”.....	38
3.2.3. Análise do art. 46.º DL 84/2021- “Direito de regresso do prestador de mercado em linha”.....	39
Conclusão .....	42
Bibliografia.....	43
Jurisprudência.....	49

## Lista de siglas e abreviaturas

Ac.	Acórdão
ACEPI	Associação da Economia Digital
Art.	Artigo
Arts.	Artigos
B2C	Business-to-consumer
BEUC	The European Consumer Organisation
CC	Código Civil
Consid.	Considerando
CPC	Código de Processo Civil
CRP	Constituição da República Portuguesa
DCE	Diretiva sobre o comércio eletrónico
DL	Decreto-Lei
DPCD	Diretiva relativa às práticas comerciais desleais
DSA	Digital Services Act
ELI	European Law Institute
EM	Estado-Membro
<i>Ibidem</i>	No mesmo sítio da nota anterior
LDC	Lei de Defesa do Consumidor
N.º	Número
P.	Página
P2B	Platform-to-Business
Pp.	Páginas
Ss.	Seguintes
TJUE	Tribunal de Justiça da União Europeia
UE	União Europeia

## **Introdução**

É cada vez mais comum a utilização de plataformas que nos permitem celebrar contratos, como é o caso dos mercados em linha. É precisamente esta preocupação que serve de mote ao nosso estudo, já que estes alteraram a forma como o consumidor tem acesso a bens e serviços. Deste modo, vamos focar a nossa análise na responsabilidade dos prestadores de mercado em linha, cingindo-nos às relações entre profissionais e consumidores (B2C). Uma vez que as transações por meio destas plataformas apresentam desafios no campo do direito do consumidor, porque permitem ligar dois grupos de utilizadores que podem ser: dois consumidores; dois profissionais; ou um consumidor e um profissional.

Derivado desta circunstância, muitas vezes, não é claro com quem o consumidor está a contratar ou as condições em que o está a fazer. Tal facto, tem um impacto significativo nos direitos que o consumidor pode exercer. Deste modo, é necessário tutelar a posição do consumidor, pois, a nosso ver, ressaltando melhor entendimento, este trata-se da parte mais vulnerável da relação contratual. Esta necessidade de proteção deriva tanto do art. 60.º CRP, como do art. 38.º da Carta dos Direitos Fundamentais da UE.

Assim, diante desta «nova realidade» foi necessário criar normas que protegessem o consumidor. Nesta linha, o DL 84/2021, de 18 de outubro que disciplina a compra e venda de bens de consumo em Portugal, determinou nos seus arts. 44.º e ss a responsabilidade dos prestadores de mercado em linha, ao contrário do seu antecessor, o DL 67/2003, de 8 de abril que não previa disposições a este respeito. Estas novas normas parecem ter passado «despercebidas», já que o debate doutrinal não se mostra muito frutífero quanto à análise das mesmas. Vamos, no seio deste estudo, apresentar o nosso ponto de vista quanto a estas. Para tal, é importante termos em consideração a mudança da realidade contratual, que passou de uma estrutura bilateral para uma estrutura triangular. De seguida, é necessário perceber o contributo da UE para a regulamentação desta matéria, já que o legislador europeu tem um papel crucial no âmbito da regulamentação da legislação portuguesa de proteção do consumidor. Por último, tendo por base todos estes entendimentos e a jurisprudência do TJUE pertinente, iremos tecer as nossas considerações quanto à solução adotada pelo legislador português.

# Capítulo I- A mudança da realidade contratual: de uma estrutura bilateral para uma estrutura triangular

## 1. O papel das plataformas

No nosso quotidiano, temos assistindo a um crescimento do comércio eletrónico. Cada vez mais, opta-se por fazer compras online, uma vez que é cómodo, fácil e rápido, o que torna a aquisição de bens, através deste meio «muito atraente»<sup>1</sup>.

Dada esta realidade, temos verificado uma mudança do modelo de contratação tradicional, que assentava numa estrutura bilateral, ou seja, num modelo de negócio entre um profissional e um consumidor, para passarmos a uma estrutura triangular<sup>2</sup>, ou seja, um modelo de negócio intermediado por uma plataforma.

No seio da definição apresentada por Mafalda Miranda Barbosa, as plataformas digitais<sup>3</sup> podem ser definidas como “um sistema de informação que permite a conexão entre diversas pessoas”<sup>4</sup>.

No âmbito do nosso trabalho, vamos cingir-nos às plataformas que permitem a celebração de contratos, como é o caso dos mercados em linha (normalmente designados como *marketplaces*). Através destes, temos acesso a uma imensidão de bens, de forma rápida, eficaz e com reduzidos custos de transação. Como exemplos de mercados em linha, vejamos, desde logo, a Uber, a Airbnb, a Vinted, a Amazon, a Fnac Marketplace, a Worten Marketplace, o OLX, a Farfetch, entre outros. Tais plataformas mudaram o modelo tradicional de negócio e o acesso a bens e serviços<sup>5</sup>. Sem estas plataformas, este encontro não ocorreria, ou então ocorreria, mas não de uma forma tão eficaz<sup>6</sup>.

Assim, é esta estrutura triangular de negócio que serve de base ao nosso estudo. Esta nova estrutura leva-nos a questionar se, de facto, o direito do consumidor tutela esta nova realidade.

## 2. Considerações relativamente aos mercados em linha

---

<sup>1</sup> De acordo com o estudo da ACEPI, relativamente à economia digital em Portugal, de 2022.

<sup>2</sup> Ver Carvalho, 2019a, pp. 197-198 e Wiewiórowska-Domagalska, 2017, p. 2.

<sup>3</sup> Tecendo considerações sobre o conceito de plataforma em sentido lato e dando diversos exemplos, veja-se Garcia, 2021, p. 86.

<sup>4</sup> Barbosa, 2022, p. 791.

<sup>5</sup> Carvalho, 2019a, p. 196.

<sup>6</sup> Carvalho, 2020, p. 865.

## 2.1. O conceito de mercado em linha

Em seguimento destas considerações iniciais, cabe refletir sobre o conceito de mercado em linha.

A Diretiva (UE) 2019/2161<sup>7</sup>, também conhecida como Diretiva Omnibus, adita à Diretiva 2005/29/CE<sup>8</sup>, bem como à Diretiva 2011/83/UE<sup>9</sup>, a definição de mercado em linha. Definindo-o como “um serviço com recurso a *software*, nomeadamente um sítio Web, parte de um sítio Web ou uma aplicação, explorado pelo profissional ou em seu nome, que permita aos consumidores celebrar contratos à distância com outros profissionais ou consumidores”.

A Diretiva Omnibus determina, no seio do seu consid. 25, a necessidade de tornar mais neutra e atualizada a noção de mercado em linha do ponto de vista tecnológico, de modo a abranger novas tecnologias. Substituiu, por isso, a expressão “sítio web” por *software*, utilizada para definir interface em linha. Matilde Casas, a propósito desta definição, salienta que este conceito é mais completo do que o anteriormente consagrado<sup>10</sup>.

A definição de mercado em linha está também presente no DL 84/2021<sup>11</sup>. Este diploma regula, atualmente, a compra e venda de bens de consumo em Portugal. Nos termos do seu art. 2.º m), o mercado em linha é definido como “um serviço com recurso a *software*, nomeadamente um sítio eletrónico, parte de um sítio eletrónico ou uma aplicação, explorado pelo profissional ou em seu nome, que permita aos consumidores celebrar contratos à distância”. Bem como define prestador de mercado em linha, no seu art. 2.º n), como “a pessoa singular ou coletiva que forneça um mercado em linha aos

---

<sup>7</sup> Diretiva (UE) 2019/2161 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27 de novembro de 2019 a fim de assegurar uma melhor aplicação e a modernização das regras da União em matéria de defesa dos consumidores que alterou as Diretivas 93/13/CEE, 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE. Transposta parcialmente para o ordenamento jurídico português pelo DL 109-G/2021, de 10 de dezembro. Mais recentemente, foi completa a sua transposição para a nossa ordem jurídica pela Lei 10/2023, de 3 de março.

<sup>8</sup> Diretiva 2005/29/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de Maio de 2005 relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno e que altera a Directiva 84/450/CEE do Conselho, as Directivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 («directiva relativa às práticas comerciais desleais»).

<sup>9</sup> Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de outubro de 2011 relativa aos direitos dos consumidores, veio alterar a Directiva 93/13/CEE e a Directiva 1999/44/CE, para além disso revoga a Directiva 85/577/CEE e a Directiva 97/7/CE.

<sup>10</sup> Casas, 2020, p. 295.

<sup>11</sup> Este DL regula os direitos do consumidor na compra e venda de bens, conteúdos e serviços digitais, transpondo as Diretivas (UE) 2019/771 e (UE) 2019/770 para a nossa ordem jurídica.

consumidores”. De referir que esta não resulta da transposição das Diretivas (UE) 2019/770<sup>12</sup> e (UE) 2019/771<sup>13</sup> de 20 de maio de 2019.

Procedendo à comparação das definições, notamos que se trata de noções idênticas, porém a definição prevista no DL 84/2021 não consagra a parte do “com outros profissionais ou consumidores”. A questão que se coloca é a de saber se devemos fazer uma interpretação corretiva desta definição, de acordo com a noção de mercado em linha consagrada na legislação da UE. Já que esta parte final, ou seja, “com outros profissionais ou consumidores” é que acaba por refletir a verdadeira triangularidade, que tanto caracteriza o mercado em linha, esclarecendo quem pode estar do outro lado da relação contratual, com principal foco no consumidor. Do nosso ponto de vista, devemos fazer uma interpretação corretiva desta definição, de acordo com a definição disposta pela legislação da UE.

É de realçar que os profissionais que tenham o seu próprio site não são abrangidos por este conceito<sup>14</sup>, por exemplo, a loja online da Almedina não se trata de um mercado em linha, trata-se apenas da disponibilização online dos seus próprios produtos.

## **2.2. As particularidades dos mercados em linha**

Os mercados em linha, dadas as suas especificidades, criam uma relação contratual complexa<sup>15</sup>, onde lhe estão subjacentes três contratos: i) um contrato entre o profissional e o mercado em linha; ii) um contrato entre o mercado em linha e o consumidor; iii) um contrato entre o profissional e o consumidor (contrato principal)<sup>16</sup>.

Normalmente, os mercados em linha apresentam-se como meros intermediários, meros facilitadores, referindo que não possuem qualquer relação com o contrato principal<sup>17</sup>.

A nosso ver, no mesmo âmbito do defendido por Joana Campos Carvalho, a simples declaração por parte do mercado em linha, de que atua como mero intermediário

---

<sup>12</sup> Diretiva (UE) 2019/770 do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de maio de 2019 sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos e serviços digitais.

<sup>13</sup> Diretiva (UE) 2019/771 do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de maio de 2019 relativa a certos aspetos dos contratos de compra e venda de bens que altera o Regulamento (UE) 2017/2394 e a Diretiva 2009/22/CE e que revoga a Diretiva 1999/44/CE.

<sup>14</sup> Sørensen, 2022, p. 3.

<sup>15</sup> Expressão utilizada por Casas, 2020, p. 285.

<sup>16</sup> Para saber mais sobre as características destes negócios realizados através de um mercado em linha veja-se Carvalho, 2016, pp. 121-122.

<sup>17</sup> Carvalho, 2020, p. 866.

não é suficiente para que se possa concluir que assim seja<sup>18</sup>. A plena compreensão de toda a situação engloba todas as suas declarações, e não apenas as incluídas nos termos e condições. Como sabemos, a vinculação por parte do consumidor às condições de utilização ocorre, por norma, no momento da criação de uma conta na plataforma, através da adesão a cláusulas contratuais gerais<sup>19</sup>. Neste âmbito, é muito comum encontrarmos cláusulas onde se enfatiza que o mercado em linha é apenas um facilitador<sup>2021</sup>.

Para além do mais, não podemos deixar de referir a questão da confiança que os mercados em linha transmitem ao consumidor que efetua, por exemplo, uma compra e venda através dos seus meios. Já que, caso alguma coisa corra menos bem, o consumidor tem a expectativa de que o mercado em linha possa dar soluções, e não exonerar-se de qualquer responsabilidade alegando ser apenas um intermediário.

A Comissão Europeia, no seio de um estudo intitulado “Behavioural study on the transparency of online platforms”<sup>22</sup>, em 2018, revelou que os consumidores compram a vendedores desconhecidos através de um mercado em linha, apesar do risco inerente, porque confiam nos mecanismos institucionais da plataforma<sup>23</sup>. Portanto, da nossa perspetiva, esta confiança que os consumidores colocam nos mercados em linha, tem de ser tutelada.

Por isso, se alguém se comporta como contraparte de um contrato e a outra parte está convencida de tal facto, ela deve ser considerada como tal. Esta regra decorre do art. 236.º/1 CC<sup>24</sup>. Vejamos alguns posicionamentos doutrinários a propósito da interpretação desta norma.

Ferreira de Almeida entende que o

*sentido relevante é aquele que se considere corresponder à compreensão do comportamento do declarante, segundo um padrão de normal diligência, atenção e racionalidade, tendo em conta a projeção tipológica da personalidade do*

---

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 866.

<sup>19</sup> Garcia, 2021, p. 87.

<sup>20</sup> Tal é salientado por *ibidem*, p. 87.

<sup>21</sup> Vejamos, por exemplo, o caso da Farfetch que se trata de um mercado em linha de marcas de luxo, onde nos seus termos e condições salienta que “Isso significa que é o Parceiro (não nós) quem é legalmente responsável pela venda dos produtos para você”.

<sup>22</sup> Estudo também mencionado por Garcia, 2021, p. 101.

<sup>23</sup> Estudo “Behavioural study on the transparency of online platforms”, realizado por parte da Comissão Europeia, p. 27.

<sup>24</sup> Carvalho, 2020, p. 866 remete para esta norma quando faz a sua análise.

*declaratório real e as circunstâncias concretas que envolveram a declaração negocial*<sup>25</sup>.

Acrescenta ainda que o grau de diligência, não se afere em abstrato e dá como exemplo o seguinte: não se pode esperar “o mesmo esforço e a mesma capacidade de compreensão por parte de quem intervém num contrato com forma solene, bem informado ou assessorado, e de quem, pouco instruído e leigo na matéria, participa num contrato oral e com formação rápida”<sup>26</sup>.

No mesmo sentido, Pires de Lima e Antunes Varela relativamente a este artigo entendem que o objetivo desta solução é proteger o declaratório, “conferindo à declaração o sentido que seria razoável presumir em face do comportamento do declarante, e não o sentido que este lhe quis efectivamente atribuir”<sup>27</sup>. De acordo com os Autores, esta prevalência apenas se justifica pela necessidade de proteger as legítimas expectativas do declaratório e não perturbar a segurança jurídica<sup>28</sup>.

Uma das características dos mercados em linha, e que não podíamos deixar de mencionar, é a presença de efeitos indiretos de rede, que em muito contribuem para o crescimento e sucesso destas plataformas. Já que quantos mais usuários de um lado da plataforma existirem, mais usuários para o outro lado da plataforma se atraem<sup>29</sup>. Portanto, gera-se mais lucro. O que nos faz questionar, têm um lucro e não correm um risco?

Tendo por base o referido, é necessário pensar numa forma de responsabilizar os mercados em linha, até porque, em princípio, terão maior capacidade económica<sup>30</sup>, quando comparados com o profissional. Para além disso, é necessário proteger as legítimas expectativas do consumidor, que no nosso entendimento, será a parte mais fraca da relação contratual, a parte mais vulnerável<sup>31</sup>, e portanto, a que mais necessita de tutela<sup>32</sup>.

### **3. Breve esclarecimento quanto à noção de consumidor e de profissional**

---

<sup>25</sup> Almeida, 2018, p. 273.

<sup>26</sup> *Ibidem*, p. 273.

<sup>27</sup> Lima & Varela, 1987, p. 223.

<sup>28</sup> *Ibidem*, p. 223.

<sup>29</sup> Tal como salienta Busch et al., 2016, p. 4.

<sup>30</sup> Carvalho, 2016, p. 127.

<sup>31</sup> Ver Passinhas, 2019, pp. 255-311 relativamente à vulnerabilidade do consumidor.

<sup>32</sup> A propósito desta necessidade de tutela do consumidor no seio dos mercados em linha ver Duivenvoorde, 2022, p. 43.

Já que cingimos o nosso estudo às relações de consumo, é necessário definir o conceito de consumidor e de profissional.

Relativamente à noção de consumidor, sabemos que a correta aplicação do direito do consumidor implica necessariamente a correta definição deste conceito<sup>33</sup>. Para além disso, tal como dispõe David Falcão, “a determinação de quem é o consumidor é imperativa, uma vez que as normas de Direito do Consumo regulam, exclusivamente, as relações jurídicas em que este é parte”<sup>34</sup>.

Jorge Morais de Carvalho, a este propósito, salienta que não existe um conceito único de consumidor “quer a nível nacional quer a nível internacional, é necessário perceber em cada caso qual o âmbito subjetivo de aplicação do diploma em causa”<sup>35</sup>. Para além do mais, o mesmo Autor realça que as diretivas europeias que tratam destas matérias, definem o consumidor com poucas diferenças como “a pessoa singular que atua com fins alheios às suas atividades comerciais ou profissionais”<sup>36</sup>.

A LDC (Lei 24/96, de 31 de julho) constitui uma lei-quadro ou lei de bases, onde se encontram vertidos os grandes princípios gerais do direito do consumidor, em Portugal<sup>37</sup>. Temos de ter em consideração o art. 2.º/1 LDC, onde está definido o conceito de consumidor: “Considera-se consumidor todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional”. Esta noção é considerada central no seio da ordem jurídica portuguesa<sup>38</sup>.

Vejamos, por sua vez, como é definido o conceito de consumidor no DL 84/2021. Assim, nos termos do seu art. 2.º g), entende-se por consumidor “uma pessoa singular que, no que respeita aos contratos abrangidos pelo presente decreto-lei, atue com fins que não se incluam no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional”.

---

<sup>33</sup> Oliveira, 2009, p. 51: “uma das questões que mais problemas tem acarretado no direito do consumo é, precisamente, a atinente à correcta aplicação desse complexo de normas, pois pressupõe uma correcta definição ou delimitação da noção de consumidor”.

<sup>34</sup> Falcão, 2020, p. 16.

<sup>35</sup> Carvalho, 2021, p. 29 e Carvalho, 2018, p. 185.

<sup>36</sup> *Ibidem*, p. 30 e *Ibidem*, p. 186.

<sup>37</sup> Antunes, 2019, pp. 76-77.

<sup>38</sup> Esta noção era a adotada pelo revogado DL 67/2003.

Do exposto, entendemos que esta nova definição de consumidor é uma definição mais restrita, apenas limitada a pessoas singulares<sup>39</sup>. Sendo, aliás, uma definição conforme ao direito europeu, já que faz esta restrição.

A este propósito temos de referir o art. 49.º DL 84/2021, quanto ao uso misto dos bens, conteúdos ou serviços digitais, onde deve ser tida em consideração a utilização predominante dos mesmos, para se verificar a aplicação das normas deste diploma. Caso estejamos perante um uso predominantemente profissional, não pode a pessoa ser qualificada como consumidor. No seguimento da ideia prevista neste artigo, temos de salientar o ac. do TJUE de 10 de dezembro de 2020<sup>40</sup>, onde se decidiu que uma pessoa que reside num EM e celebrou com uma sociedade estabelecida noutro EM um contrato de póquer através da Internet, não perde a qualidade de consumidor, mesmo que essa pessoa jogue durante várias horas por dia, possua conhecimentos alegados e tenha muitos ganhos derivados deste jogo.

Cabe agora, questionar, como é que se afere a qualidade de consumidor. Como sabemos, quem pretende beneficiar desta qualificação tem de alegar factos que consubstanciem a noção de consumidor<sup>41</sup>. A este propósito vejamos o ac. do TJUE de 4 de junho de 2015<sup>42</sup>, em que se refere que mesmo que o consumidor não tenha arguido esta qualidade, o órgão jurisdicional deve investigar sobre a mesma.

Quanto à noção de profissional, o art. 2.º o) DL 84/2021 define este como

*uma pessoa singular ou coletiva, pública ou privada, que atue, inclusivamente através de qualquer outra pessoa em seu nome ou por sua conta, para fins relacionados com a sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional, no que respeita aos contratos abrangidos pelo presente decreto-lei.*

Cabe salientar, se não é necessário rever este conceito de profissional, estabelecendo, por exemplo, determinados limites quantitativos. Veja-se a este propósito o ac. do TJUE de 4 de outubro de 2018<sup>43</sup>.

---

<sup>39</sup> No mesmo sentido do afirmado por Carvalho, 2022b, p. 51.

<sup>40</sup> Processo C-774/19.

<sup>41</sup> Carvalho, 2021, pp. 46-47 e Antunes, 2019, p. 47.

<sup>42</sup> Processo C-497/13.

<sup>43</sup> Processo C-105/17.

## **Capítulo II- A resposta da União Europeia face à emergência dos mercados em linha**

### **1. Contextualização**

Neste capítulo procedemos à análise da resposta da União Europeia em face da emergência dos mercados em linha. Estes conduziram a uma alteração da estrutura contratual, o que exigiu a criação de soluções adequadas a tal mudança.

A maior parte das normas jurídicas portuguesas relacionadas com a proteção do direito do consumidor resultam da transposição de Diretivas da UE, o que significa que a competência legislativa da UE desempenha um papel crucial, na existência e vigência dessas normas no ordenamento jurídico português<sup>44</sup>.

É possível, por isso, afirmar sem qualquer hesitação, que o legislador europeu tem desempenhado um papel fundamental no desenvolvimento do direito do consumidor dos EM<sup>45</sup>.

### **2. A isenção de responsabilidade presente na Diretiva sobre o comércio eletrónico**

Para dar início à nossa análise legislativa, temos de retornar ao ano de 2000, com a publicação da Diretiva 2000/31/CE<sup>46</sup>, comumente conhecida como Diretiva sobre o comércio eletrónico (DCE)<sup>47</sup>.

O objetivo da presente Diretiva é “criar um enquadramento legal destinado a assegurar a livre circulação dos serviços da sociedade da informação<sup>48</sup> entre os Estados-Membros”<sup>49</sup>, tendo como foco “garantir a segurança jurídica e a confiança do

---

<sup>44</sup> Falcão, 2020, p. 25.

<sup>45</sup> Antunes, 2019, p. 21.

<sup>46</sup> Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno.

<sup>47</sup> Transposta para o ordenamento jurídico português pelo DL 7/2004, de 7 de janeiro.

<sup>48</sup> Quanto ao que se entende por serviço da sociedade da informação, a DCE no seu art. 2.º a), remete para os serviços da sociedade da informação nos termos do art. 1.º/2 da Diretiva 83/44/CEE, alterada pela Diretiva 98/48/CE: “qualquer serviço prestado normalmente mediante remuneração, à distância, por via electrónica e mediante pedido individual de um destinatário de serviços”. Por sua vez, prestador de serviços já é definido pela DCE como “qualquer pessoa, singular ou colectiva, que preste um serviço no âmbito da sociedade da informação” (art. 2.º b) DCE).

<sup>49</sup> Consid. 8.

consumidor”<sup>50</sup> e estabelecendo “um real espaço sem fronteiras internas para os serviços da sociedade da informação”<sup>51</sup>.

No âmbito da DCE, é de relevante importância a análise da secção 4 intitulada “Responsabilidade dos prestadores intermediários de serviços” (arts. 12.º a 15.º). Principalmente o art. 14.<sup>o52</sup> com a epígrafe “Armazenagem em servidor”, já que as plataformas que atuam como intermediárias podem ser aqui incluídas.

Este art. 14.º/1 estabelece uma importante exceção à responsabilidade dos prestadores de serviços, quanto à informação armazenada a pedido de um destinatário do serviço. De acordo com o referido artigo, o prestador do serviço não pode ser responsabilizado pelos conteúdos armazenados a pedido de um destinatário do serviço, desde que não tenha conhecimento efetivo da natureza ilícita desses conteúdos (alínea a)) ou, a partir do momento em que tenha conhecimento da ilicitude, atue de forma diligente para retirá-los ou tornar o acesso a eles impossível (alínea b)). O art. 14.º/2 salienta que este n.º 1 “não é aplicável nos casos em que o destinatário do serviço actue sob autoridade ou controlo do prestador”.

Assim, subjacente a estas exceções da DCE está, de facto, a ideia de que os prestadores intermediários de serviços não devem ser responsabilizados pelo conteúdo que armazenam e não controlam. Tendo, desde logo, em vista a promoção do fluxo de informação na internet<sup>53</sup>.

O art. 15.º intitulado “Ausência de obrigação geral de vigilância”, dispõe que os EM não podem impor “uma obrigação geral de vigilância sobre as informações que estes transmitam ou armazenem, ou uma obrigação geral de procurar activamente factos ou circunstâncias que indiciem ilicitudes”, para o fornecimento dos serviços mencionados nos arts. 12.º a 14.º (n.º 1).

Porém, é necessário ter em consideração, o que nos diz o consid. 42. De acordo com este, as isenções de responsabilidade da diretiva abrangem apenas os casos em que a atividade do serviço da sociedade da informação exercida pelo seu prestador, “se limita ao processo técnico de exploração e abertura do acesso a uma rede de comunicação na qual as informações prestadas por terceiros são transmitidas ou temporariamente

---

<sup>50</sup> Consid. 7.

<sup>51</sup> Consid. 3.

<sup>52</sup> Transposto no art. 16.º DL 7/2004, de 7 de janeiro.

<sup>53</sup> Duivenvoorde, 2022, p. 45.

armazenadas com o propósito exclusivo de tornar a transmissão mais eficaz”<sup>54</sup>. Ou seja, quando a atividade “é puramente técnica, automática e de natureza passiva, o que implica que o prestador de serviços da sociedade de informação não tem conhecimento da informação transmitida ou armazenada, nem o controlo desta”<sup>55</sup>.

Dentro da temática que nos ocupa, estas disposições levam-nos a questionar, até que ponto, os mercados em linha podem socorrer-se da isenção de responsabilidade presente no art. 14.º. Como aliás já foi salientado, a DCE foi elaborada num estágio muito inicial de desenvolvimento da internet, portanto, não teve em linha de conta os mercados em linha tal como os conhecemos hoje<sup>56</sup>. Daqui surge a seguinte questão: devemos aplicar ou não aplicar as exceções do art. 14.º DCE aos mercados em linha? Já que temos mercados em linha que apresentam uma posição ativa e principal nas transações, e que, deste modo, a sua responsabilidade deve ser refletida<sup>57</sup>.

A este propósito, é de referir a jurisprudência do TJUE que já se pronunciou quanto aos mercados em linha serem ou não considerados serviços da sociedade de informação. Desde logo, os acórdãos do TJUE Uber Spain, Uber France e Airbnb Ireland<sup>58</sup>. Onde se refere que para estes serviços serem considerados como serviços da sociedade da informação, deve-se não apenas atender à definição de serviço da sociedade da informação, como também ter em consideração dois critérios de decisão: saber se a plataforma criou um novo mercado e se a plataforma exerce influência decisiva na regulamentação dos serviços<sup>59</sup>.

Vejamos ainda o ac. do TJUE de 12 de julho de 2011<sup>60</sup>, que opôs a L’Oréal SA e o eBay, onde o TJUE se pronunciou quanto à aplicação do art. 14.º, neste caso em que temos um mercado em linha, como o eBay. A High Court of Justice (England & Wales) decidiu suspender a instância e submeter ao TJUE diversas questões. Entre elas e com interesse para o presente estudo, questiona se o anúncio publicitário dirigido a consumidores no território coberto pela marca inclui ou consiste no armazenamento de informações prestadas por um destinatário do serviço, nos termos do art. 14.º/1. O TJUE considera que “um serviço na Internet destinado a facilitar o contacto entre vendedores e

---

<sup>54</sup> No seio do consid. *supra* referido.

<sup>55</sup> *Ibidem*.

<sup>56</sup> Salientado por Duivenvoorde, 2022, p. 45.

<sup>57</sup> Cfr. Casas, 2020, p. 343.

<sup>58</sup> Acórdãos melhor identificados no Capítulo III, ponto 3.2.1.

<sup>59</sup> No seguimento do enunciado por Carvalho, Lima & Farinha, 2021, pp. 76-77.

<sup>60</sup> Processo C-324/09.

compradores de produtos pode ser, em princípio, considerado um serviço na acepção da Directiva”<sup>61</sup>. Refere ainda que “a exploração de um sítio de comércio electrónico pode reunir todos estes elementos”<sup>62</sup>. No que se refere ao eBay, este “memoriza no seu servidor, certos dados fornecidos pelos seus clientes”, bem como efetua este armazenamento sempre que “um cliente abre uma conta de vendedor na eBay e lhe fornece os dados das suas propostas de venda”<sup>63</sup>. Este facto não é suficiente, no entendimento do TJUE, para se dizer que o serviço prestado por este operador é abrangido, em qualquer circunstância, por este art. 14.º/1. Em suma, entende o TJUE que este artigo se aplica quando o operador de um sítio electrónico não tenha um papel ativo que lhe permita ter um conhecimento ou um controlo dos dados armazenados. Tem este papel quando “presta uma assistência que consiste em otimizar a apresentação das propostas de venda em causa ou em as promover”<sup>64</sup>. Mesmo quando o operador da plataforma não desempenha esse papel ativo, não pode invocar essa isenção, se tiver tido conhecimento de factos ou circunstâncias com base no art. 14.º/1 b).

Portanto, o estabelecido neste art. 14.º/1 DCE, está previsto apenas para intermediários que assumem uma posição neutra. Quando assumem um papel ativo, já não podem beneficiar desta previsão<sup>65</sup>. Contudo, não podemos deixar de tecer a nossa crítica, quanto a um facto que parece ter passado despercebido ao TJUE, que é relativamente à tutela da perceção do utilizador do serviço. O papel ativo também não deveria fazer menção à perceção que o utilizador tem da plataforma? Vejamos o ac. do TJUE de 22 de dezembro de 2022<sup>66</sup>, que opôs a Christian Louboutin e a Amazon. Onde entende o TJUE que o facto de não se ter mencionado explicitamente a perceção do utilizador (no ac. L’Oréal SA contra eBay), não significa que o TJUE “tenha excluído que a perceção dos utilizadores do sítio de comércio electrónico seja tomada em consideração como elemento pertinente para determinar se o sinal em causa é utilizado no âmbito da própria comunicação comercial do operador desse sítio”<sup>67</sup>.

---

<sup>61</sup> Ponto 109 do ac.

<sup>62</sup> Ponto 109 do ac.

<sup>63</sup> Ponto 110 do ac.

<sup>64</sup> Ponto 145- ponto 6) das conclusões do ac.

<sup>65</sup> Busch, 2021, p. 18.

<sup>66</sup> Processos apensos C-148/21 e 184/21.

<sup>67</sup> Ponto 46 do ac.

### **3. O posicionamento da UE ao longo dos anos: desde a Diretiva sobre o comércio eletrónico até ao Regulamento dos serviços digitais**

#### **3.1. O reconhecimento da necessidade de estudar os problemas relativos às plataformas em linha**

A UE cedo começou por reconhecer a necessidade de estudar os problemas que envolvem estas plataformas, de modo a perceber que tipo de abordagem deve ser seguida.

Esta necessidade foi, desde logo, identificada na “Estratégia para o Mercado Único Digital na Europa”<sup>68</sup>. Nesta comunicação, a Comissão Europeia começa por reconhecer que a “economia mundial está rapidamente a tornar-se digital”<sup>69</sup>. A estratégia visada por esta comunicação assenta em três pilares<sup>70</sup>: um “melhor acesso dos consumidores e empresas a bens e serviços em linha em toda a Europa”, a “criação das condições adequadas para o desenvolvimento de redes e serviços digitais” e a “otimização do potencial de crescimento da nossa Economia Digital Europeia”.

Também com relevância para a presente investigação, temos a Comunicação com o tema “As plataformas em linha e o mercado único digital: Oportunidades e desafios para a Europa”<sup>71</sup>. Esta comunicação refere a “necessidade de adotar políticas e abordagens regulamentares que respondem diretamente aos desafios, que sejam flexíveis e orientadas para o futuro”<sup>72</sup>.

Não podemos deixar de abordar a Comunicação intitulada “Uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa”<sup>73</sup>. Esta começa por reconhecer que a economia colaborativa gera novas oportunidades, não só para as empresas, mas também para os consumidores<sup>74</sup>. Realça que, o nível de controlo exercido pela plataforma colaborativa sobre o prestador desses serviços pode ser determinado em função dos seguintes critérios

---

<sup>68</sup> Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões “Estratégia para o Mercado único Digital na Europa” de 6 de maio de 2015- COM (2015) 192 final.

<sup>69</sup> *Ibidem*, p. 2.

<sup>70</sup> *Ibidem*, p. 3.

<sup>71</sup> Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões “As plataformas em linha e o mercado único digital: Oportunidades e desafios para a Europa”, de 25 de maio de 2016- COM(2016) 288 final.

<sup>72</sup> *Ibidem*, p. 17.

<sup>73</sup> Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões “Uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa”, de 2 de junho de 2016- COM (2016) 356 final.

<sup>74</sup> *Ibidem*, p. 2.

essenciais: preço; outras condições contratuais especiais; propriedade dos principais ativos. Se estes três critérios estiverem preenchidos, “há fortes indícios de que a plataforma colaborativa exerce uma influência significativa sobre o prestador do serviço subjacente (...), o que pode indiciar que deve ser igualmente considerada como o prestador do serviço subjacente”<sup>75</sup>. Quanto à proteção dos utilizadores, reconhece que a economia colaborativa esbate as fronteiras entre os consumidores e as empresas. A Comissão avança com fatores importantes para qualificar um prestador de serviços como profissional, desde logo: a frequência dos serviços; fins lucrativos; volume de negócios.

Marie Jull Sørensen, quanto a esta Comunicação, entende que enquanto não houver critérios claros, a plataforma estará sempre inclinada a diminuir a sua responsabilidade, dizendo que é apenas um intermediário<sup>76</sup>. O que concordamos em absoluto.

Tendo em conta uma diversidade de comunicações e outros documentos, o Parlamento Europeu, a 15 de junho de 2017, adotou a Agenda Europeia para a Economia Colaborativa<sup>77</sup>. Esta apela a que a Comissão clarifique adicionalmente o regime de responsabilidade das plataformas colaborativas, tão rápido quanto possível, aumentando a confiança dos utilizadores. Não deixa de reconhecer a dificuldade em determinar se a plataforma fornece o serviço de base ou se limita a disponibilizar um serviço da sociedade de informação<sup>78</sup>.

Caroline Cauffman relativamente a esta, conclui dizendo que o conselho dado no sentido de se procurar uma abordagem equilibrada, para assegurar um elevado nível de proteção aos consumidores, sem imposição de informações desrazoáveis ou desproporcionadas parece justo. Porém, não deixa de realçar que os particulares que atuam por via de uma plataforma não atuam de forma isolada<sup>79</sup>.

A Comunicação intitulada “Um Novo Acordo para os Consumidores”<sup>80</sup> tem por objetivo: “modernizar as normas em vigor e colmatar as lacunas do atual acervo relativo à proteção dos consumidores”; “proporcionar melhores possibilidades de reparação aos

---

<sup>75</sup> *Ibidem*, p. 7.

<sup>76</sup> Sørensen, 2022, p. 6.

<sup>77</sup> Resolução do Parlamento Europeu, de 15 de junho de 2017, sobre uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa (2017/2003(INI)).

<sup>78</sup> *Ibidem*, p. 7.

<sup>79</sup> Cauffman, 2016, p. 243.

<sup>80</sup> Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comité Económico e Social Europeu, “Um novo acordo para os consumidores”, de 11 de abril de 2018- COM (2018) 183 final.

consumidores”; “aumentar a cooperação com países terceiros parceiros”; “assegurar a igualdade de tratamento dos consumidores no mercado único e garantir que as autoridades nacionais competentes dispõem de poderes para resolver quaisquer problemas”; “melhorar a comunicação e o reforço das capacidades para sensibilizar os consumidores”; “enquadrar os desafios futuros da política de proteção dos consumidores num contexto económico e tecnológico em rápida evolução”<sup>81</sup>. O pacote legislativo proposto por esta comunicação consiste em uma proposta de alteração das Diretivas 93/13/CEE, 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE<sup>82</sup>.

Em suma, estas mostram a preocupação em atualizar as normas de proteção do consumidor, desde logo promovendo mais transparência no seio da contratação através destas plataformas.

### **3.2. As Diretivas (UE) 2019/770 e (UE) 2019/771**

A Estratégia para o Mercado Único Digital resultou nas Diretivas 2019/770 e 2019/771. Estas são complementares, nos termos do consid. 20 da Diretiva 2019/770, bem como do consid. 13 da Diretiva 2019/771.

Ambas têm por objetivo uniformizar as regras aplicáveis à compra e venda de bens no seio da UE. Esta harmonização de direitos faz com que a segurança jurídica das empresas e dos consumidores aumente; diminuindo as suas disparidades; beneficiando os consumidores de um nível de proteção mais elevado; permitindo às PME, oferecer os seus produtos noutros Estados-Membros, devido à harmonização plena das regras<sup>83</sup>.

Trata-se de Diretivas de harmonização máxima, nos termos do art. 4.º de cada uma. Deste modo, os EM não podem manter ou introduzir no seu direito nacional disposições divergentes das previstas nas Diretivas, ressalvando qualquer disposição em contrário<sup>84</sup>. É de ter em consideração que a Diretiva 2019/771 dá um maior grau de liberdade aos EM do que a Diretiva 2019/770, apesar de serem ambas de harmonização máxima, isto provavelmente resulta do facto de a anterior Diretiva 1999/44/CE (revogada pela Diretiva 2019/771) ser uma diretiva de harmonização mínima<sup>85</sup>.

---

<sup>81</sup> *Ibidem*, p. 4.

<sup>82</sup> *Ibidem*, pp. 4-5.

<sup>83</sup> Considerandos 6 a 10 Diretiva 2019/771 e 6 a 11 da Diretiva 2019/770.

<sup>84</sup> Vasconcelos, 2019, p. 21.

<sup>85</sup> Carvalho, 2019b, p. 13.

Relativamente ao âmbito de aplicação subjetivo, ambas são aplicáveis a contratos celebrados entre profissionais e consumidores (arts. 3.º/1 de cada uma das Diretivas).

Quanto ao âmbito de aplicação objetivo, já temos diferenças a assinalar. A Diretiva 2019/771 é aplicável aos contratos de compra e venda (art. 3.º/1), aos contratos com bens com elementos digitais (art. 3.º/3), bem como a bens a fabricar ou a produzir (art. 3.º/2). A Diretiva 2019/770 aplica-se aos contratos de fornecimento de conteúdos ou serviços digitais (art. 3.º/1).

A Diretiva 2019/771 tem por principal objetivo estabelecer regras comuns quanto a certos requisitos, relativamente aos contratos de compra e venda celebrados entre o profissional e o consumidor, em especial regras de conformidade dos bens, meios de ressarcimento e garantias comerciais<sup>86</sup>.

A Diretiva 2019/770 veio suprimir uma lacuna de proteção do consumidor de serviços e conteúdos digitais, favorecendo o bom funcionamento do mercado interno<sup>87</sup>. Esta trata-se de uma Diretiva inovadora, já que os contratos de fornecimento de conteúdos e serviços digitais não se encontravam regulados ao nível europeu. Esta vem, nas palavras de Alexandre Dias Pereira, no sentido de “promover a confiança jurídica do consumidor- enquanto fator-chave do comércio eletrónico- e com isso o bom funcionamento do mercado interno digital”<sup>88</sup>.

É necessário fazer aqui referência, aos considerandos 18 da Diretiva 2019/770 e 23 da Diretiva 2019/771, onde se determina que os EM estão livres de alargar a aplicação desta Diretiva a operadores de plataformas que não cumprem os requisitos para serem considerandos profissionais. Estes considerandos são muito importantes, já que Portugal utilizou a possibilidade prevista nestes.

Do nosso ponto de vista, salvo melhor opinião, ambas são um grande progresso no seio do direito europeu dos contratos de consumo. Para além do mais, ambas contribuem para um elevado nível de proteção do consumidor<sup>89</sup>.

---

<sup>86</sup> Salientado no preâmbulo do DL 84/2021.

<sup>87</sup> Pereira, 2020, pp. 147-148 e Farinha, 2021, p. 87-88.

<sup>88</sup> Pereira, 2019, p. 12.

<sup>89</sup> Vasconcelos, 2019, p. 19.

### **3.3. O Regulamento P2B**

O Regulamento (UE) 2019/1150<sup>90</sup>, normalmente conhecido por Regulamento P2B, deu um importante contributo para a regulamentação desta matéria, bem como teve ciente o crescimento da intermediação em linha e da necessidade de impor obrigações a estes serviços. É necessário que os problemas derivados destes serviços, sejam resolvidos, para se garantir a necessária segurança jurídica. Este regulamento foca-se, principalmente, em disciplinar as relações entre o prestador de serviços de intermediação em linha e o utilizador profissional.

Além disso, as plataformas intermediárias online funcionam como um mercado de dois lados. Por um lado, quantos mais fornecedores utilizam uma determinada plataforma, mais atrativa ela se torna para os clientes. Por outro lado, quanto mais clientes usam uma plataforma, mais atraente ela se torna para os fornecedores<sup>91</sup>. Deste modo, podemos classificar a relação entre a plataforma e os seus fornecedores de negócios como de interdependência mútua<sup>92</sup>. Daí a preocupação da UE em regular estas matérias, de modo a que esta relação possa beneficiar de transparência, equidade e vias de recurso eficazes<sup>93</sup>.

Apesar de este diploma ter como foco as relações P2B, não deixou de lado os direitos do consumidor, porque prevê um “maior leque de escolha de bens e serviços, bem como [a] contribuição para a oferta de preços competitivos em linha”<sup>94</sup>. Para além disso, as medidas tomadas, tendo em vista a transparência do mercado, beneficiam também o consumidor<sup>95</sup>. Estas disposições aplicam-se aos prestadores de mercado em linha, nos termos do consid. 21 da Diretiva Omnibus.

### **3.4. A Diretiva Omnibus**

A Diretiva Omnibus introduziu alterações significativas que são relevantes para a nossa análise. Neste contexto, é importante considerar as modificações estabelecidas por esta ela, tanto à Diretiva 2005/29/CE (DPCD), bem como à Diretiva 2011/83/UE<sup>96</sup>. A

---

<sup>90</sup> Regulamento (UE) 2019/1150 do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de junho de 2019 relativo à promoção da equidade e da transparência para os utilizadores profissionais de serviços de intermediação em linha.

<sup>91</sup> Cauffman, 2019, p. 474.

<sup>92</sup> Expressão utilizada por Twigg-Flesner, 2018, p. 222.

<sup>93</sup> Art. 1.º.

<sup>94</sup> Consid. 1.

<sup>95</sup> Barbosa, 2020, p. 76.

<sup>96</sup> Note-se que a propósito destas Diretivas, apenas as vamos analisar do ponto de vista da alteração efetuada por parte da Diretiva Omnibus.

Diretiva Omnibus foi apresentada no seio do “novo acordo para os consumidores”, tal como referido, e o seu objetivo primordial é fazer com que o direito do consumidor seja aplicado eficazmente em toda a União Europeia<sup>97</sup>.

Vejam os que no seio do consid. 24, é mencionado que quando um produto é disponibilizado aos consumidores num mercado em linha, tanto o prestador do mercado em linha como o terceiro que fornece o produto participam na prestação da informação pré-contratual. Isto pode levar a que os consumidores não saibam claramente qual é a sua contraparte contratual, o que pode afetar a forma como os seus direitos e obrigações são exercidos.

O consid. 28 remete para o art. 15.º/1 DCE, referindo que os prestadores de mercado em linha não devem ser obrigados a verificar o estatuto jurídico dos terceiros fornecedores. Em vez disso, os prestadores de mercado em linha devem exigir que os terceiros fornecedores indiquem a sua qualidade de profissionais ou não, para efeitos do direito de defesa dos consumidores, e que disponibilizem essa informação ao prestador de mercado em linha<sup>98</sup>. A nosso ver, salvo melhor entendimento, concordamos com o consid. 28. Esta nossa posição é fundamentada com base em diversas considerações. Em primeiro lugar, é mais atrativo para o consumidor comprar um bem, conteúdo ou serviço digital a um profissional, portanto, o profissional não deve ter vontade de ocultar esta qualidade. Ademais, caso o fornecedor seja um consumidor, mas se apresente como um profissional, a relação passará a estar sujeita à legislação do consumidor, o que implica uma série de obrigações que devem ser cumpridas. É importante ainda ponderar que não existem critérios claros para definir a natureza de um profissional. Portanto, seria desproporcional exigir que cada prestador de mercado em linha verificasse a natureza de cada fornecedor. Nesse sentido, cabe ao próprio fornecedor assumir a responsabilidade pela sua qualidade, seja ela de profissional ou consumidor.

A DPCD tem como finalidade a harmonização das normas jurídicas, regulamentares e administrativas dos EM, em relação às práticas comerciais desleais que prejudicam os interesses económicos dos consumidores<sup>99</sup>. É de realçar, o seu art. 7.º relativo às omissões enganosas, mais concretamente o n.º 4, alínea f), que classifica como substanciais as informações seguintes: “para os produtos oferecidos em linha, se o terceiro

---

<sup>97</sup> Consid. 2.

<sup>98</sup> Passinhas, 2021a, p. 887.

<sup>99</sup> Art. 1.º.

que oferece os produtos é ou não um profissional, com base nas declarações prestadas por esse terceiro ao prestador do mercado em linha”<sup>100</sup>.

A Diretiva Omnibus alterou também a Diretiva 2011/83/UE. Esta última tem por principal objetivo contribuir para um elevado nível de defesa dos consumidores, bem como para o bom funcionamento do mercado interno nos contratos celebrados entre consumidores e profissionais<sup>101</sup>. Relativamente às suas alterações, cabe salientar o art. 6.º A<sup>102</sup> com a epígrafe “requisitos adicionais específicos de informação dos contratos celebrados em mercado em linha”.

O n.º 1 refere que antes de o consumidor ficar vinculado por um contrato celebrado à distância ou por qualquer proposta correspondente num mercado em linha, o prestador de mercado em linha deve facultar ao consumidor, de modo claro e compreensível, as seguintes informações: as informações gerais que devem estar disponíveis numa secção específica do mercado em linha, que seja fácil e diretamente acessível a partir da página onde são apresentadas as propostas que determinam a classificação das propostas apresentadas ao consumidor (alínea a); o terceiro que oferece os bens serviços ou conteúdos digitais ser ou não um profissional, com base nas declarações prestadas por esse terceiro ao prestador do mercado em linha (alínea b); caso o terceiro que oferece os bens, conteúdos ou serviços digitais não for um profissional, que os direitos do consumidor decorrentes da UE não se aplicam ao contrato celebrado (alínea c); caso seja caso disso, o modo como as obrigações contratuais são partilhadas entre o terceiro que oferece os bens, serviços ou conteúdos digitais e o prestador do mercado em linha (alínea d). O n.º 2 salienta que o número anterior, não impede os EM caso entendam, de estabelecer requisitos adicionais de informação aos prestadores de mercado em linha, caso estas disposições sejam proporcionais, não discriminatórias e justificadas no seio da defesa dos consumidores.

As disposições tanto deste art. 6.º A, como da DPCD, na nossa perspetiva, têm como finalidade equilibrar e resolver as assimetrias de informação e poder entre as partes contratantes<sup>103</sup>.

---

<sup>100</sup> Previsto na nossa ordem jurídica no art. 10.º f) do DL 57/2008, de 26 de março.

<sup>101</sup> Art. 1.º.

<sup>102</sup> Transposto para a nossa ordem jurídica no art. 4.º A do DL 24/2014, de 14 de fevereiro.

<sup>103</sup> Cauffman, 2019, p. 476.

### 3.5. O Regulamento dos serviços digitais

A Comissão Europeia, no dia 15 de dezembro de 2020, publicou duas propostas de Regulamento relacionadas precisamente com a governação dos serviços digitais na UE: a proposta de Regulamento dos serviços digitais e a proposta de Regulamento dos mercados digitais. Ambos são considerados marcos na regulamentação da Europa na era digital. Refletindo a diversidade de clientes das plataformas, o público em geral e os reguladores, que continuam a ter de enfrentar um desconhecimento sobre o funcionamento da internet e os seus efeitos nos mercados económicos e nas comunicações<sup>104</sup>.

Por um lado, o Regulamento dos mercados digitais<sup>105</sup>, aprovado a 14 de setembro de 2022, visa fortalecer toda a UE mediante a “previsão de regras harmonizadas que assegurem para todas as empresas, (...), a disputabilidade e a equidade dos mercados no setor digital em que estejam presentes controladores de acesso, em benefício dos utilizadores profissionais e dos utilizadores finais”<sup>106</sup>. Por outro lado, o Regulamento dos serviços digitais<sup>107</sup>, aprovado em 19 de outubro de 2022, tem como escopo, “contribuir para o funcionamento do mercado interno para serviços intermediários, mediante o estabelecimento de regras harmonizadas para um ambiente em linha seguro, previsível e fiável”<sup>108</sup>. Este Regulamento ficou mais conhecido pela designação em inglês Digital Services Act.

A nossa análise vai incidir apenas sobre o DSA, tanto pelo objeto do Regulamento, que tem em vista responsabilizar as plataformas, como porque o DSA suprime os arts. 12.º a 15.º DCE, artigos que já analisamos. Passando a entender-se as remissões feitas destes arts. da DCE para os arts. 4.º, 5.º, 6.º e 8.º DSA (nos termos do art. 89.º DSA).

O DSA entrou em vigor no vigésimo dia seguinte ao da sua publicação no Jornal Oficial da União Europeia (art. 93.º/1 DSA). Assim, foi publicado no dia 27 de outubro de 2022, entrando em vigor 20 dias depois, portanto, no dia 16 de novembro de 2022.

---

<sup>104</sup> Eifert et al., 2021, p. 1026.

<sup>105</sup> Regulamento (UE) 2022/1925 do Parlamento Europeu e do Conselho de 14 de setembro de 2022 relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital e que altera as Diretivas (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828.

<sup>106</sup> Art. 1.º

<sup>107</sup> Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho de 19 de outubro de 2022 relativo a um mercado único para os serviços digitais e que altera a Diretiva 2000/31/CE.

<sup>108</sup> Art. 1.º.

Sendo aplicável a partir de 17 de fevereiro de 2024 (art. 93.º/2 DSA). No entanto, determinados artigos são aplicáveis desde 16 de novembro de 2022<sup>109</sup>.

Na exposição de motivos do DSA, é salientado a sua necessidade de atualização, já que desde a adoção da DCE “surgiram serviços novos e inovadores (digitais) da sociedade da informação que mudaram a vida quotidiana dos cidadãos da União”<sup>110</sup>.

Para além disso, Andrej Savin reconhece que temos dois fatores que determinaram a necessidade de uma estrutura nova e revista. Por um lado, os atores economicamente com mais poder devem, conseqüentemente, ter mais responsabilidade. Por outro lado, a necessidade de nos afastarmos de um modelo regulatório não intervencionista, para um modelo mais proativo<sup>111</sup>.

Em síntese, quando a DCE surgiu, muitas das plataformas que hoje conhecemos não existiam. O panorama europeu assistiu, desde então, a uma proliferação de plataformas<sup>112</sup>, o que torna essencial um novo quadro regulatório.

Vamos focar-nos no Capítulo III com a epígrafe “Responsabilidade dos prestadores de serviços intermediários”<sup>113</sup>. Considera-se um serviço intermediário, qualquer um dos seguintes serviços da sociedade da informação: um serviço de simples transporte; um serviço de armazenagem temporária; um serviço de alojamento virtual (art. 3.º g) DSA).

Dentro da categoria vasta dos serviços de alojamento virtual é necessário ter em consideração a subcategoria de plataformas em linha, nos termos do consid. 13. Este considerando esclarece que neste conceito de serviços de alojamento virtual estão inseridas tanto as redes sociais, como as plataformas em linha que permitem aos consumidores celebrar contratos à distância com comerciantes.

Podemos começar por salientar que este Regulamento não se trata de um diploma de direito do consumidor no seu sentido clássico<sup>114</sup>. Já que a defesa dos consumidores não é o seu foco expresso, o art. 1.º/2 DSA dispõe que este regulamento estabelece “regras

---

<sup>109</sup> Como o art. 24.º/2, 3 e 6, o art. 33.º/3 a 6, o art. 37.º/7, o art. 40.º/13, o art. 43.º e o capítulo IV, secções 4, 5 e 6 (art. 93.º/2).

<sup>110</sup> Exposição de motivos do DSA, presente na Proposta do DSA, p. 1.

<sup>111</sup> Savin, 2021, p. 3.

<sup>112</sup> BEUC, “The digital services act proposal”, p. 3.

<sup>113</sup> É neste capítulo que se encontram as disposições que alteram a DCE.

<sup>114</sup> Farinha, 2022.

harmonizadas sobre a prestação de serviços intermediários no mercado interno”, em particular: um regime de isenção condicional da responsabilidade dos prestadores de serviços intermediários (alínea a)); as obrigações específicas de devida diligência (alínea b)); regras sobre a aplicação e execução deste Regulamento, no que respeita à cooperação e coordenação entre as autoridades competentes (alínea c)).

Na proposta deste, nem sequer era indicado nos seus considerandos a proteção dos consumidores. Este aspeto mudou, já que analisados os considerandos do DSA, estes começam, desde logo, por reconhecer no consid. 1, que a transformação digital dá origem a novos riscos e desafios, e que a maioria dos cidadãos da UE utiliza esses serviços diariamente. Na mesma senda, reconhece que as condições para a prestação de serviços intermediários devem ser harmonizadas no seio do mercado interno, permitindo aos consumidores e a outros destinatários dos serviços uma maior possibilidade de escolha (consid. 2).

Analisemos, neste momento, o art. 6.º relativo ao alojamento virtual. O seu n.º 1 estabelece um princípio da não responsabilidade pelas informações armazenadas a pedido de um destinatário do serviço de alojamento virtual, se “não tiver conhecimento efetivo da atividade ou conteúdo ilegal e, no que se refere a uma ação de indemnização por perdas e danos, não tenha conhecimento de factos ou circunstâncias que evidenciem a ilegalidade da atividade ou do conteúdo” (alínea a)); ou a “partir do momento em que tenha conhecimento da ilicitude, atue com diligência no sentido de suprimir ou desativar o acesso aos conteúdos ilegais” (alínea b)). Esta disposição não se afasta do que estava previsto no art. 14.º/1 DCE. Porém, veja-se que ao abrigo do DSA, mais concretamente o seu art. 16.º/3, entende-se que as notificações previstas neste artigo, dão lugar a um conhecimento efetivo ou a um alerta para efeitos do art. 6.º. O n.º 2 salienta que o n.º 1 não se aplica “nos casos em que o destinatário do serviço atue sob autoridade ou controlo do prestador”. Esta disposição foi alvo de crítica aquando da proposta de Regulamento<sup>115</sup> e também o é agora. Um esclarecimento sobre a questão do papel ativo seria muito bem-vindo<sup>116</sup>, porque não estabelecer aqui as posições já salientadas por parte do TJUE? Como sabemos, são raros os casos em que é possível limitar o papel dos serviços oferecidos por intermediários a um papel passivo<sup>117</sup>. Porém, o consid. n.º 23 dá como exemplo de

---

<sup>115</sup> Carvalho, Lima, & Farinha, 2021, p. 100.

<sup>116</sup> No mesmo sentido, Duivenvoorde, 2022, p. 52.

<sup>117</sup> Na mesma senda, Tommasi, 2021, p. 944.

autoridade ou controlo dessa plataforma em linha, se esta puder determinar o preço dos bens ou serviços oferecidos pelos comerciantes. Estas duas disposições não variam, em relação ao estipulado na DCE. Porém, o seu n.º 3 apresenta uma regra específica no âmbito da isenção de responsabilidade dos fornecedores de alojamento virtual, especialmente dirigida às plataformas em linha<sup>118</sup>.

O n.º 3 é que acaba por ser a verdadeira novidade, uma vez que estabelece uma exceção expressa. Já que entende que o n.º 1 não é aplicável no que respeita à responsabilidade de

*plataformas em linha que permitem aos consumidores celebrar contratos à distância com comerciantes, sempre que essas plataformas apresentem o elemento específico de informação ou permitam, de qualquer outra forma, que a transação específica em causa induza um consumidor médio a acreditar que a informação, o produto ou o serviço objeto da transação é fornecido pela própria plataforma em linha ou por um destinatário do serviço que atue sob a sua autoridade ou controlo.*

Deste modo, sempre que o consumidor considerar que está a contratar com a plataforma e não com o vendedor, a plataforma não fica isenta de responsabilidade, o que a nosso ver, é uma grande inovação por parte do legislador da UE. O consid. n.º 24 dá como exemplo deste comportamento, quando a plataforma em linha não apresenta claramente a identidade do comerciante; ou quando se recusa a divulgar a identidade ou dados de contacto do comerciante; ou uma plataforma em linha que comercializa o produto ou serviço em seu próprio nome, em vez de utilizar o nome do comerciante que irá fornecer esse produto ou serviço. Determina ainda o consid. que

*deverá determinar-se, de forma objectiva, com base em todas as circunstâncias pertinentes, se a apresentação é passível de induzir um consumidor médio a acreditar que a informação em causa foi prestada pela própria plataforma em linha ou por comerciantes que atuem sob a sua autoridade ou controlo.*

Na proposta de Regulamento continha a expressão “consumidor médio e razoavelmente bem informado”, com a publicação do DSA, foi eliminada a parte do “razoavelmente bem informado”, mas manteve a expressão consumidor médio. Porém, tal alteração não resolve todo o problema, já que o conceito de consumidor médio também coloca questões.

---

<sup>118</sup> Esta disposição de acordo com Carvalho, Lima, & Farinha, 2021, p. 99 é a mais relevante e inovadora do DSA.

Caroline Cauffman e Catalina Goanta entendem que este conceito de consumidor médio é muito utilizado e a sua aplicação suscita um certo grau de incerteza jurídica, abre portas a discussões, onde a plataforma poderá recorrer à representação por parte de advogado, enquanto que o consumidor poderá até, escolher representar-se a si próprio, por exemplo<sup>119</sup>.

Christoph Busch e Vanessa Mak classificam este artigo como bem-vindo e útil, mas não deixam de salientar que este acrescenta uma camada de incerteza jurídica ao combinar a controversa estipulação sobre a neutralidade e o ativo da plataforma. Aconselharam a acrescentar ao n.º 3, uma lista de critérios indicativos para se conseguir determinar quando é que um operador de mercado tem controlo sobre vendedores terceirizados, remetendo para o art. 20.º/2 das Model Rules do ELI<sup>120121</sup>. BEUC, no mesmo sentido desta posição, remete para as Model Rules, quanto à necessidade de criação de um regime especial de responsabilidade para mercados online, tendo por base a influência predominante<sup>122</sup>.

Não podemos deixar de analisar o art. 7.º com a epígrafe “Investigações voluntárias por iniciativa própria e conformidade legal”, o apelidado artigo do «bom samaritano»<sup>123</sup>. Menezes Leitão realça que o objetivo desta disposição “é assim o de evitar que os prestadores intermediários de serviços se abstenham de desenvolver investigações voluntárias (...) pelo facto de a isenção de responsabilidade de que beneficiam se basear na sua passividade e ausência de conhecimento”<sup>124</sup>. BEUC critica esta disposição, mencionando que não é pelo facto de as plataformas tomarem estas ações, que protegem efetivamente os consumidores<sup>125</sup>.

O art. 8.º DSA relativo à “Inexistência de obrigações gerais de vigilância ou de apuramento ativo dos factos” consagra no seu n.º 1, o mesmo conteúdo do art. 15.º/1 DCE. Mas quanto ao art. 15.º/2 DCE, já não se manteve a disposição.

Quanto ao relacionamento com o restante ordenamento jurídico do consumidor, o DSA salienta que este se aplica, sem prejuízo do restante ordenamento jurídico europeu

---

<sup>119</sup> Ver Cauffman & Goanta, 2021, p. 767.

<sup>120</sup> Busch & Mak, 2021, p. 111.

<sup>121</sup> Quanto às Model Rules do ELI vamos tecer mais considerações no Capítulo III, no ponto 3.2.1.

<sup>122</sup> BEUC, “Making the Digital Services Act Work for consumers”, p. 16.

<sup>123</sup> Tal como designado em Savin, 2021, p. 6; BEUC “The Digital Services Act Proposal”, p. 12.

<sup>124</sup> Leitão, 2023, p. 30.

<sup>125</sup> BEUC, “The Digital Services Act Proposal”, p. 13.

existente, nomeadamente o Regulamento P2B, nos termos do art. 2.º/4 e) DSA. Pela análise que efetuamos reparamos que o DSA tem preocupações também com a transparência, tal como o Regulamento P2B<sup>126</sup>.

Em jeito de conclusão, a regulamentação oferecida por parte do DSA é muito bem-vinda. Não podemos deixar de reconhecer a necessidade e a emergência destas novas estipulações legais para proteção do consumidor. Tendo em vista fortalecer os serviços digitais, tornando-os mais equitativos.

---

<sup>126</sup> Para mais esclarecimento sobre a relação entre o DSA e o Regulamento P2B veja-se Busch & Mak, 2021, p. 144.

## **Capítulo III- A responsabilidade dos prestadores de mercado em linha na compra e venda de bens de consumo**

### **1. Contextualização**

Tendo por base todo o enquadramento efetuado, cabe agora refletir sobre a forma como estas estipulações tiveram impacto no seio da legislação relativa à compra e venda de bens de consumo portuguesa.

### **2. O anterior regime do DL 67/2003, de 8 de abril**

A regulamentação jurídica dos contratos de compra e venda de bens móveis e imóveis corpóreos, celebrados no seio de uma relação de consumo, até ao dia 31 de dezembro de 2021, estava disposta no DL 67/2003.

Este diploma transpôs para a nossa ordem jurídica a Diretiva 1999/44/CE<sup>127</sup>. Esta consagrava um nível de harmonização mínima, tendo os EM uma maior liberdade no que concebe a soluções para aumentar o nível de proteção dos consumidores. Desta forma, este diploma representou uma etapa crucial no desafiador processo de construção de um direito privado das obrigações e dos contratos em todos os EM<sup>128</sup>.

Relativamente ao cumprimento dos contratos de compra e venda de bens no seio deste regime, assumia relevância a expressão conformidade com o contrato, no momento da entrega do bem (art. 2.º/1). David Falcão a este propósito entende que esta “formulação genérica da noção de conformidade permite reunir num só grupo as situações mais comuns de vício, falta de qualidade, diferença de identidade”<sup>129</sup>. No art. 2.º/2 estava estabelecido um elenco de presunções de não conformidade com o contrato<sup>130</sup>.

Cabe questionar, quem é que nos termos deste diploma, é chamado a responder perante o consumidor, pela falta de conformidade do bem. O art. 3.º/1 determinava que “o vendedor responde perante o consumidor por qualquer falta de conformidade que exista no momento em que o bem lhe é entregue”. Estabelecendo o art. 4.º os direitos do

---

<sup>127</sup> Directiva 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de Maio de 1999 relativa a certos aspectos da venda de bens de consumo e das garantias a ela relativas.

<sup>128</sup> Sobre a importância desta Diretiva em termos de harmonização do direito privado dos EM, veja-se Vasconcelos, 2015, pp. 33-34.

<sup>129</sup> Falcão, 2020, p. 146.

<sup>130</sup> Leitão, 2022, p. 142: refere-se a este artigo como “fonte de confusões”.

consumidor perante esta falta de conformidade. Juntamente com a responsabilidade do vendedor, tínhamos a responsabilidade direta do produtor, nos termos do art. 6.º/1.

Assim, o consumidor nos termos deste diploma, pode dirigir-se quer ao vendedor, quer ao produtor, podendo na visão de Jorge Morais de Carvalho exigir simultaneamente a ambos a satisfação da falta de conformidade do seu bem<sup>131</sup>. Porém, a responsabilidade do vendedor é mais ampla do que a responsabilidade do produtor. Já que ao produtor, apenas pode ser exigida a reparação ou substituição do bem. Deste modo, o exercício dos direitos perante o vendedor é mais vantajoso<sup>132</sup>, já que a este pode ser exigida a reparação, substituição, redução adequada do preço ou a resolução do contrato (art. 4.º/1).

A simplicidade desta relação contratual de consumidor e profissional acaba por ser questionada com a complexidade dos esquemas negociais que a realidade faz emergir, como é o caso dos mercados em linha. De acordo com a linha de pensamento seguida por António Pinto Monteiro e Mafalda Miranda Barbosa, no seio da reflexão que fizeram para o intermediário na venda nos termos deste diploma, pela questão da pressuposição da profissionalidade deste intermediário, que faz emergir expectativas em relação às quais o direito não pode ser indiferente, consideram que entra em cena a questão da confiança<sup>133</sup>.

É precisamente o que acontece com a questão dos mercados em linha, a nosso ver, já que o facto de o consumidor adquirir os seus bens através destas plataformas a outros profissionais, cria a seu ver, a ideia de que se alguma coisa correr menos bem, os prestadores de mercado em linha possam também ser chamados para responder, ou seja, surge esta ideia de confiança, à qual o direito, de facto, não pode ser indiferente.

Menezes Cordeiro, a propósito da tutela da confiança, salienta que esta é um elemento imprescindível e que sem ela a sociedade humana não vive<sup>134</sup>. Além do mais, entende que “em termos interpessoais, a confiança instalada coloca os protagonistas à mercê uns dos outros: o sujeito confiante abranda as suas defesas, ficando vulnerável”<sup>135</sup>. Reconhece o Autor, que no seio do direito do consumo, a confiança representa a base explicativa para a concretização da responsabilidade<sup>136</sup>. No mesmo sentido, Mota Pinto entende que, em certos casos, “deve *relevar juridicamente* a confiança *justificada* de

---

<sup>131</sup> Carvalho, 2021, p. 354.

<sup>132</sup> *Ibidem*, p. 354.

<sup>133</sup> Monteiro & Barbosa, 2018, p. 378.

<sup>134</sup> Cordeiro, 2012, p. 973.

<sup>135</sup> *Ibidem*, p. 974.

<sup>136</sup> *Ibidem*, p. 975.

alguém no comportamento de outrem, quando este tiver *contribuído* para fundar essa confiança e ela se justifique igualmente em face das *circunstâncias* do caso concreto”<sup>137</sup>. O que pode originar a obrigação de indemnização pela frustração das expectativas.

Assim, a intermediação de um profissional como um mercado em linha, altera o equilíbrio de forças que existe numa relação negocial<sup>138</sup>. Caso o mercado em linha, não esclareça de facto a sua posição, cumprindo os deveres de informação inerentes, todos eles decorrentes da boa fé, à luz das disposições deste diploma, apenas uma responsabilidade pela confiança poderia ser chamada à colação, já que o DL 67/2003 não estabelece normas específicas para estas situações.

Ou, ao invés desta responsabilidade pela confiança, poderíamos também pensar na hipótese de uma interpretação extensiva do conceito de vendedor, nos termos deste diploma, de modo a englobar o mercado em linha, quando este não clarifique a sua posição.

Nesse sentido, embora num caso de intermediação na venda por parte de um stand, vejamos a decisão do TJUE de 9 de novembro de 2016<sup>139</sup>, que teve por objeto um pedido de decisão prejudicial apresentado pelo Tribunal de Recurso de Liège, Bélgica, no processo que opôs Sabrina Wathelet contra Garage Bietheres & Fils SPRL. Em abril de 2012, Wathelet adquiriu na qualidade de consumidora, uma viatura à Garage Bietheres e entregou à referida Garage a quantia de 4000€, correspondente ao preço da mesma. Em virtude de uma avaria, levou o carro à Garage para ser reparado. Esta diagnosticou que o motor estava danificado. Quando Wathelet quis ir buscar o seu veículo reparado, foi-lhe apresentada uma fatura relativa às despesas de reparação no montante de 2000€. Recusou pagá-la por considerar que as referidas despesas deveriam ser suportadas pela Garage, enquanto vendedora. Apenas neste momento, a compradora foi informada de que o veículo nunca tinha pertencido à referida Garage, mas antes, foi vendido em nome de Donckels (a anterior proprietária, que se tratava de uma particular). A Garage salientou que atuou apenas na veste de intermediária. Foi questionado ao TJUE, se o conceito de vendedor de bens de consumo inclui também o intermediário que atua em nome de um particular e não informa convenientemente o consumidor. O TJUE entendeu que sim.

---

<sup>137</sup> Pinto, 2012, p. 127.

<sup>138</sup> Monteiro & Barbosa, 2018, p. 384: consideração feita a propósito da intermediação de um profissional.

<sup>139</sup> Processo C-149/15.

Deste modo, nos termos do DL 67/2003 não tínhamos uma previsão legal para estas situações. O anterior regime estava pensado para modelos de contratação bilateral. Apenas, a nosso ver, uma interpretação extensiva do conceito de vendedor ou uma responsabilidade pela confiança poderia ser aqui solução para os mercados em linha.

### **3. O novo regime do DL 84/2021, de 18 de outubro**

#### **3.1. Breves considerações**

A transposição das Diretivas 2019/770 e 2019/771 resultou neste diploma legal. Este vem estabelecer o novo regime dos direitos do consumidor na compra e venda de bens, conteúdos e serviços digitais.

No que ao âmbito subjetivo de aplicação concerne, cabe salientar que este diploma visa apenas tutelar contratos celebrados entre consumidores e profissionais (art. 3.º/1).

Quanto ao âmbito objetivo de aplicação, nos termos art. 3.º/1, este é aplicável “aos contratos de compra e venda de bens móveis e imóveis, incluindo os bens a fabricar ou a produzir” (alínea a)); “aos bens fornecidos no âmbito de um contrato de empreitada ou de outra prestação de serviços, bem como à locação de bens, com as necessárias adaptações” (alínea b)); “aos conteúdos ou serviços digitais que estejam incorporados em bens ou que estejam interligados, (...) e que sejam fornecidos com os bens nos termos do contrato de compra e venda” (alínea c)). É igualmente aplicável aos contratos de fornecimento de conteúdos ou serviços digitais (art. 3.º/3).

Por último, relativamente ao seu âmbito temporal de aplicação, este diploma entrou em vigor no dia 1 de janeiro de 2022 (art. 55.º). Este aplica-se aos contratos de compra e venda de bens móveis e imóveis celebrados após a sua entrada em vigor (art. 53.º/1); também em matéria de contratos de fornecimento de conteúdos e serviços digitais aplica-se “aos contratos celebrados após a sua entrada em vigor”, bem como aos “contratos por tempo indeterminado ou a termo certo celebrados antes da sua entrada em vigor que prevejam o fornecimento contínuo ou uma série de atos individuais de fornecimento de conteúdos ou serviços digitais”, porém “apenas no que respeita aos conteúdos ou serviços digitais que sejam fornecidos a partir da data de entrada em vigor deste” (art. 53.º/2).

Apesar de não ser possível, no âmbito do presente trabalho, analisar todas as inovações que este diploma trouxe à nossa ordem jurídica<sup>140</sup>, não o podemos deixar de classificar e utilizando as palavras de Sandra Passinhas como “esperado e necessário”<sup>141</sup>. Assim, era um diploma esperado, porque era preciso transpor para a nossa ordem jurídica as Diretivas 2019/770 e 2019/771, e era necessário, tanto pela necessidade de atualização dos preceitos face, por exemplo, às novas tecnologias, como pela necessidade de harmonizar tais regras nos EM.

Porém, uma das diferenças relativamente ao DL 67/2003, é que, a responsabilidade pela falta de conformidade dos bens, aqui, não é apenas da conta do profissional nas suas vestes de vendedor tradicional de bens móveis e imóveis (art. 5.º e ss e art. 22.º e ss), nem apenas do produtor (art. 40.º e ss), agora também é responsabilizado o profissional nas vestes de fornecedor de conteúdos e serviços digitais (art. 26.º e ss), bem como o prestador de mercado em linha (art. 44.º e ss). É quanto à responsabilidade do prestador de mercado em linha, que cabe agora refletir.

### **3.2. Análise das disposições relativas à responsabilidade dos prestadores de mercado em linha- art. 44.º e ss DL 84/2021**

A matéria relativa aos prestadores de mercado em linha não é resultado da transposição direta de qualquer disposição das Diretivas 2019/770 e 2019/771. Assim, o legislador português utilizou a possibilidade conferida por parte dos considerandos 23 da Diretiva 2019/771 e 18 da Diretiva 2019/770, para consagrar estas disposições neste diploma, vejamos.

No início de ambos os considerandos, o legislador europeu determina que os operadores de plataformas podem ser considerados profissionais se atuarem para fins relacionados com a própria empresa e agirem como parceiros contratuais diretos do consumidor. Por outras palavras, quando as plataformas agem como se o consumidor estivesse a celebrar um contrato com elas mesmas, daí a utilização da expressão “parceiro contratual direto do consumidor”.

Quando assim não seja, determinam ainda os considerandos em análise, que os EM continuam a ser livres de alargar a aplicação das Diretivas a operadores de

---

<sup>140</sup> Para uma visão sobre as novidades do diploma ver Passinhas, 2021b, pp. 1463-1528 e Falcão, 2021, pp. 493-541.

<sup>141</sup> Passinhas, 2021b, p. 1464.

plataformas que não cumprem os requisitos para serem considerados profissionais, nos termos das mesmas. Assim, foi com base nesta segunda parte, que o legislador português estabeleceu a responsabilidade dos prestadores de mercado em linha, ao contrário da generalidade dos EM<sup>142</sup>.

Deste modo, é ainda de ter em consideração o que nos diz o preâmbulo do DL 84/2021 relativamente a esta nova disposição:

*Considerando a importância crescente dos prestadores de mercado de linha nos contratos celebrados pelos consumidores, inova-se, ainda, ao estabelecer-se determinadas condições em que aqueles são considerados parceiros contratuais dos profissionais que disponibilizam bens, conteúdos ou serviços digitais através dos seus mercados em linha, prevendo-se, para o efeito, a possibilidade de os consumidores exercerem os seus direitos em caso de falta de conformidade também junto destes prestadores.*

O legislador português classifica as disposições sobre a responsabilidade dos prestadores de mercado em linha como inovadoras. Analisemos tais disposições.

### **3.2.1. Análise do art. 44.º DL 84/2021- “Responsabilidade do prestador de mercado em linha”**

Começando pelo n.º 1 deste artigo, este determina que o prestador de mercado em linha que, “atuando para fins relacionados com a sua atividade, seja parceiro contratual do profissional que disponibiliza o bem, conteúdo ou serviço digital é solidariamente responsável, perante o consumidor, pela falta de conformidade daqueles nos termos do presente”.

Desde logo, temos de realçar dois aspetos quanto a este número, a expressão parceiro contratual do profissional e a questão da responsabilidade solidária. Quanto a esta última vamos fazer a sua análise, com maior pormenor no seio do art. 46.º.

Relativamente à expressão parceiro contratual do profissional, somos da opinião de Jorge Morais de Carvalho, que entende que seria mais prudente evitar esta expressão, já que esta é utilizada nos considerandos das Diretivas para se referir à relação entre a plataforma e o consumidor, e não para se referir à relação entre a plataforma e o profissional<sup>143</sup>.

---

<sup>142</sup> Carvalho, 2022a, p. 143; Carvalho, 2022b, p. 68; Carvalho, 2022c, p. 502.

<sup>143</sup> Carvalho, 2022a, p. 144; Carvalho, 2022b, p. 69; Carvalho, 2022c, p. 503.

Este artigo prevê a responsabilidade solidária do prestador de mercado em linha e do profissional perante o consumidor, quando o prestador de mercado em linha atue como parceiro contratual do profissional. Para nos ajudar a descortinar esta questão do parceiro contratual do profissional, vejamos o art. 44.º/2.

Este número 2 refere que se considera que o prestador de mercado em linha é parceiro contratual do profissional sempre que exerça influência predominante na celebração do contrato, o que se verifica nas situações elencadas nas alíneas deste artigo:

*a) O contrato é celebrado exclusivamente através dos meios disponibilizados pelo prestador de mercado em linha; b) O pagamento é exclusivamente efetuado através de meios disponibilizados pelo prestador de mercado em linha; c) Os termos do contrato celebrado com o consumidor são essencialmente determinados pelo prestador de mercado em linha ou o preço a pagar pelo consumidor é passível de ser influenciado por este; ou d) A publicidade associada é focada no prestador de mercado em linha e não nos profissionais.*

O critério para se aferir se o prestador de mercado em linha é parceiro contratual do profissional é o critério da influência predominante na celebração do contrato. Esta disposição é fortemente inspirada<sup>144</sup> nas Model Rules on Online Platforms, do European Law Institute (ELI)<sup>145</sup>, principalmente o art. 20.º. Estas regras foram elaboradas por um grupo de juristas e profissionais para dar uma orientação prática no campo do desenvolvimento jurídico europeu, dando um contributo para o crescimento da economia digital atual<sup>146</sup>. Não podemos deixar aqui de mencionar que estas normas não são direito europeu, não resultam de qualquer diploma legal.

Façamos, agora, uma comparação entre as Model Rules on Online Platforms e o art. 44.º/1 e 2.

Por um lado, nos termos do art. 44.º/2 refere-se que “designadamente, nas seguintes situações”, ou seja, parece bastar o preenchimento de uma das alíneas para que se possa afirmar a responsabilidade do prestador de mercado em linha.

Por outro lado, no art. 20.º das Model Rules, não basta a mera verificação de um critério como acontece na lei portuguesa. Neste caso, é necessário ter em consideração o panorama geral e a impressão com que o consumidor fica, bem como refere que aqueles

---

<sup>144</sup> Veja-se Carvalho, 2022b, p. 69; Carvalho, 2022c, p. 503; Garcia, 2021, p. 98.

<sup>145</sup> De esclarecer que o ELI é “uma organização independente e sem fins lucrativos criada para iniciar, conduzir e facilitar pesquisas, fazer recomendações e fornecer orientação prática” (traduzido nosso), nos termos presentes nas Model Rules on Online Platforms do ELI, p. 2.

<sup>146</sup> Cfr. Busch et al., 2020, p. 61.

critérios podem ser tomados em consideração. No documento que contém as Model Rules refere-se que são critérios meramente indicativos<sup>147</sup>. Deste modo, não são uma lista de critérios que devem ser aplicados mecanicamente, devem, ao invés, ser ponderados caso a caso<sup>148</sup>. Estes critérios são como uma espécie de guia.

É só de realçar que, este critério de influência predominante já anteriormente tinha sido proposto no âmbito do projeto de discussão de uma Diretiva sobre plataformas online, no art. 18.º da mesma<sup>149</sup>.

Assim, nas Model Rules interessa a análise global da atividade da plataforma, enquanto que, na norma portuguesa basta o preenchimento de uma das alíneas para se considerar exercida a influência predominante.

A nosso ver, a influência predominante é um aspeto muito importante, pois é com base nela que os prestadores de mercado em linha respondem solidariamente perante o consumidor.

Para além do mais, temos o art. 44.º/3 que salienta que

*Sem prejuízo do disposto no número anterior, podem ser considerados, para aferição da existência de influência predominante do prestador de mercado em linha na celebração do contrato, quaisquer factos suscetíveis de fundar no consumidor a confiança de que aquele tem uma influência predominante sobre o profissional que disponibiliza o bem, conteúdo ou serviço digital.*

Este número consagra o que pode ser denominado como “válvula de escape”<sup>150</sup>. Já que abre ainda mais as possibilidades para responsabilizar o prestador de mercado em linha. Esta disposição também foi inspirada nas Model Rules, que como vimos apelam à ideia de ter em consideração todo o panorama da situação.

O documento que contém as Model Rules consagra as inspirações para o art. 20.º, remetendo para jurisprudência. Analisemos essa jurisprudência, e outra que consideremos importante para nos ajudar a perceber, quais as bases para a estipulação deste conceito indeterminado de influência predominante.

---

<sup>147</sup> Model Rules on Online Platforms, p. 40.

<sup>148</sup> *Ibidem*, p. 40.

<sup>149</sup> Este projeto de discussão foi elaborado por um grupo de juristas, com base em conclusões retiradas no seio de diferentes conferências, veja-se este projeto em Research group of a Directive on Online Intermediary Platforms, 2016, pp. 164-169.

<sup>150</sup> Expressão utilizada por Garcia, 2021, p. 91.

Vejam os ac. do TJUE de 20 de dezembro de 2017<sup>151</sup>, conhecido como *Uber Spain*, que teve por objeto um pedido de decisão prejudicial apresentado pelo Tribunal de Comércio n.º 3 de Barcelona, Espanha. Este pedido foi apresentado no âmbito de um litígio entre a *Asociación Profesional Elite Taxi* (uma associação profissional de motoristas de táxis da cidade de Barcelona) contra a *Uber Systems Spain*, a propósito da prestação, por esta última, através de uma “aplicação para telefones inteligentes, de um serviço remunerado que estabelece a ligação entre motoristas não profissionais que utilizam o respetivo veículo e pessoas que pretendam efetuar deslocações urbanas, sem (...) licenças (...) administrativas”<sup>152</sup>. A associação de táxis pede que a *Uber Spain* seja condenada a cessar o seu comportamento desleal, bem como a verificar se a *Uber Spain* deve dispor ou não de uma autorização administrativa prévia. Entende o TJUE que um serviço como o que está em causa, não se limita a um mero serviço de intermediação. A *Uber* exerce uma influência decisiva nas condições da prestação desses motoristas. Desde logo, porque a *Uber* fixa “(...) o preço máximo da corrida, cobra esse preço ao cliente antes de entregar uma parte ao motorista não profissional do veículo e exerce um certo controlo sobre a qualidade dos veículos e dos respetivos motoristas assim como sobre o comportamento destes últimos”<sup>153</sup>.

Ainda dentro da temática da *Uber*, analisemos agora o ac. do TJUE de 10 de abril de 2018<sup>154</sup>, conhecido como *Uber France* que teve por objeto um pedido de decisão prejudicial apresentado pelo Tribunal de Primeira Instância de Lille, França. A *Uber France* presta, através de uma aplicação para telefones inteligentes, um serviço chamado “*Uber Pop*”, onde motoristas não profissionais utilizam o seu próprio veículo e pessoas que efetuam deslocações urbanas. No mesmo sentido da decisão anteriormente referida, entendeu o TJUE que a *Uber* exerce uma influência decisiva nas condições da prestação desses motoristas, utilizando os mesmos fundamentos.

Vejam, por sua vez, o ac. do TJUE de 19 de dezembro de 2019<sup>155</sup>, conhecido como *Airbnb Ireland* que teve por objeto um pedido de decisão prejudicial apresentado pelo Juiz de Instrução do Tribunal de Primeira Instância de Paris, França. Este processo contou com a intervenção da *Airbnb Ireland*. Para além do serviço de mediação entre

---

<sup>151</sup> Processo C-434/15.

<sup>152</sup> Ponto 2 do ac. em análise.

<sup>153</sup> Ponto 39 do ac. em análise.

<sup>154</sup> Processo C-320/16.

<sup>155</sup> Processo C-390/18.

locadores e locatários através da sua plataforma eletrónica que centraliza as ofertas, a Airbnb propõe aos locadores um certo número de outros serviços (como um modelo que define o conteúdo da sua oferta, opcional, um serviço de fotografia, igualmente opcional, etc)<sup>156</sup>. Na prática, um indivíduo que procura um alojamento liga-se à plataforma eletrónica, indica o local para onde quer ir, o período e o número de pessoas, com esta informação a Airbnb Ireland fornece-lhe a lista dos alojamentos disponíveis que correspondem a estes critérios, para que selecione o que preferir e proceda à sua reserva em linha<sup>157</sup>. Entendeu o TJUE, que ao contrário dos acórdãos anteriormente analisados (relativamente à Uber), que neste caso não estamos perante uma influência decisiva por parte da Airbnb Ireland nas condições de prestação dos serviços. Uma vez que, a Airbnb Ireland “não determina direta ou indiretamente o valor das rendas exigidas, (...) nem procede à seleção dos locadores ou dos alojamentos propostos para locação na sua plataforma”<sup>158</sup>.

Também serviu de base à elaboração das Model Rules, a apelidada decisão histórica<sup>159</sup>, o ac. que teve por base uma decisão do Tribunal de Recurso do Estado da Califórnia de 13 de agosto de 2020, onde estava em causa um litígio entre Angela Bolger e a Amazon.com LLC. Bolger comprou uma bateria para o seu computador na Amazon. A lista da Amazon identificou o vendedor como “E-life”, um nome fictício usado pela Lenoge Technology, mas quem cobrou foi a Amazon. Esta alega que a bateria explodiu vários meses depois e ela sofreu graves queimaduras como resultado. Derivado de tal conduta, Bolger processou a Amazon e vários outros réus, incluindo Lenoge. Este último não compareceu<sup>160</sup>. O Tribunal reconheceu que a Amazon se colocou entre Lenoge e Bolger na cadeia de distribuição do produto aqui em questão, já que aceitou a posse do produto; armazenou o mesmo em armazém; atraiu Bolger para o site; forneceu-lhe uma lista de produtos; recebeu o seu pagamento; enviou o produto nas embalagens Amazon; definiu os termos da relação com a Lenoge; controlou as condições da oferta da Lenoge para venda na Amazon; a comunicação com os clientes foi apenas por meio da Amazon. A Amazon é um elo direto na cadeia de distribuição, atuando como um poderoso intermediário entre o terceiro vendedor e o consumidor<sup>161</sup>. Entendeu o Tribunal que a

---

<sup>156</sup> Ponto 19 do ac. em análise.

<sup>157</sup> Ponto 20 do ac. em análise.

<sup>158</sup> Ponto 68 do ac. em análise.

<sup>159</sup> Adjetivo utilizado por Busch, 2021, p. 3.

<sup>160</sup> P. 2 do ac. em análise.

<sup>161</sup> P. 4 do ac. em análise.

Amazon desempenha um papel importante em garantir que os produtos listados no seu site são seguros. Portanto, deve ser responsabilizada se um produto vendido por meio do seu site acaba por ser defeituoso<sup>162</sup>.

Também serviu de fonte à redação das Model Rules o já analisado ac. do TJUE de 9 de novembro de 2016, que se pronunciou quanto à imagem que o intermediário tem na visão do consumidor.

Analisado todo o artigo, cabe tecer determinadas considerações que, a nosso ver, são pertinentes.

Em primeiro lugar, à semelhança do que já assinalámos, talvez tivesse sido mais cauteloso por parte do legislador não utilizar a expressão parceiro contratual, para se referir à relação entre profissional e mercado em linha.

Em segundo lugar, criticar o facto de a lei portuguesa determinar a responsabilidade solidária do prestador de mercado em linha, apenas com o preenchimento de uma das alíneas do art. 44.º/2. Da nossa perspetiva, o legislador português deveria ter-se inspirado, ainda mais, nas Model Rules do ELI, já que consideramos mais adequado uma análise global do papel do mercado em linha e a impressão que o consumidor fica, para que se possa concluir pela sua influência predominante.

Em terceiro lugar, assinalar que este artigo abrange qualquer mercado em linha, desde o menos intervencionista, até ao mais intervencionista. Todos parecem ficar englobados no seio desta disposição. Esta crítica chama a nossa atenção para outro aspeto, vejamos. Portugal estabelece este regime tão amplo de responsabilidade para os prestadores de mercado em linha e esta trata-se de uma solução ímpar no âmbito da UE, cabe questionar como é que este regime vai funcionar no seio de um mercado único. Claramente, os prestadores de mercado em linha não terão tanto interesse em se estabelecer em Portugal, já que temos um regime muito oneroso para estes. Caracterizamos este como oneroso, porque a consequência é responder perante o consumidor pela falta de conformidade como se se tratasse do profissional, ou seja, o consumidor pode exercer contra o prestador de mercado em linha os direitos previstos no

---

<sup>162</sup> P. 4 do ac. em análise.

DL 84/2021 (reposição da conformidade, através da reparação ou substituição do bem; redução proporcional do preço; resolução do contrato).

Não podemos também deixar de mencionar, tal como já desenvolvemos no capítulo II do nosso trabalho, as disposições de isenção de responsabilidade dos prestadores de serviços quanto à ilicitude da informação por si armazenada (art. 14.º/1 DCE, substituído pelo art. 6.º DSA). Esta pode ser uma forma dos prestadores de mercado em linha se protegerem perante o consumidor.

Em suma, para concluir a nossa perspetiva sobre este artigo, queremos salientar que o legislador português parece ter ido um pouco longe demais, parece que «inovou»<sup>163</sup> demais. Mas nem só críticas merece este artigo.

Vejamos que os prestadores de mercado em linha não podem ter apenas um lucro com a sua plataforma, e não correr o risco. Portanto, somos da opinião de que é necessário um regime que responsabilize também os prestadores de mercados em linha, já que temos situações em que o papel destes é de tal modo preponderante, que é necessário responsabilizar. Porém, uma norma que estabeleça esta responsabilidade tem de ser redigida com alguma cautela.

A este propósito, é necessário fazer aqui uma comparação com o posicionamento da UE quanto a estas matérias e à forma como o legislador português as incorporou. A UE é mais «cautelosa», estabelece a necessidade de cumprimento de determinados deveres de informação, explora a questão da necessidade de transparência no âmbito da atividade das plataformas. Mas também já utilizou o critério da influência significativa no âmbito da analisada Comunicação “Uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa”, para além do mais, reconhece a necessidade de clarificar este regime, de modo a aumentar a confiança dos utilizadores. Muito recentemente, no seio do DSA salienta a necessidade do cumprimento de obrigações de devida diligência por parte dos prestadores de serviços intermediários. Ou seja, a UE responde positivamente à necessidade de responsabilidade destas plataformas, mas de forma mais cuidadosa. O legislador português, de acordo com o nosso entendimento, deveria ter sido mais ponderado.

---

<sup>163</sup> Utilizamos aqui a palavra inovação de forma propositada, já que foi assim que o legislador português caracterizou este regime no preâmbulo do DL 84/2021.

### 3.2.2. Análise do art. 45.º DL 84/2021- “Dever especial de informação”

O art. 45.º/1 determina que, sem prejuízo de outros deveres de informação aplicáveis, o prestador de mercado em linha que não seja parceiro contratual do profissional deve antes da celebração do contrato, informar os consumidores de forma clara e inequívoca:

*a) De que o contrato será celebrado com um profissional e não com o prestador de mercado em linha; b) Da identidade do profissional, bem como da sua qualidade de profissional ou, caso tal não se verifique, da não aplicação dos direitos previstos no presente decreto-lei; e c) Dos contactos do profissional para efeitos de exercício dos direitos previsto no presente decreto-lei.*

Da leitura destes deveres de informação, somos remetidos para o que já analisamos, relativamente às normas da Diretiva Omnibus, tanto as suas alterações à DPCD (art. 7.º/4 f)), como à Diretiva 2011/83/UE (art. 6.º A). Portanto, parece que este artigo vem transpor parcialmente a Diretiva Omnibus para o nosso ordenamento jurídico<sup>164</sup>.

Estes deveres de informação são muito importantes, para que o consumidor esteja ciente da sua contraparte do contrato. Esta disposição está em conformidade com as diretivas europeias.

O art. 45.º/2 estipula que, para os efeitos do número anterior, devemos considerar que

*(...) o prestador de mercado em linha pode basear-se nas informações que lhe são facultadas pelo profissional, a menos que o prestador de mercado em linha conheça, ou devesse conhecer, com base nos dados disponíveis relativos às transações em plataforma, que esta informação está incorreta.*

Esta disposição está em consonância com consid. 28 da Diretiva Omnibus, que remete para o art. 15.º/1 DCE (correspondente ao art. 8.º DSA), que tal como já referimos, e já apresentamos a nossa posição, os prestadores de mercado em linha não devem ser obrigados a diligenciar no sentido de saber quem é a contraparte. Esta norma está em consonância com o direito europeu.

O art. 45.º/3 estabelece que o “O incumprimento do disposto no presente artigo determina a responsabilidade do prestador de mercado em linha nos termos do artigo

---

<sup>164</sup> Carvalho, 2022a, p. 145; Carvalho, 2022b, p. 69; Carvalho, 2022c, p. 504.

anterior”. Dada a importância dos deveres de informação para uma melhor proteção dos consumidores, a lei determina duas consequências em caso de incumprimento do dever de informação previsto neste número. A primeira delas é a responsabilização do prestador de mercado em linha perante o consumidor nos mesmos termos do profissional. A segunda consequência está prevista no art. 48.º/1 m), ou seja, a violação dos deveres de informação do art. 45.º/1 constitui uma contraordenação económica grave, punível nos termos do Regime Jurídico das Contraordenações Económicas.

### **3.2.3. Análise do art. 46.º DL 84/2021- “Direito de regresso do prestador de mercado em linha”**

Por último, analisemos o art. 46.º que determina que o prestador de mercado em linha que seja responsável perante o consumidor, nos termos dos dois artigos anteriores, “por declarações enganosas do profissional ou falha deste em cumprir o contrato tem o direito de ser indemnizado pelo profissional, nos termos gerais”.

Este direito de regresso existe quando o prestador de mercado em linha satisfaz um direito do consumidor quando tal competiria, em primeira linha, ao profissional, deste modo, o prestador de mercado em linha tem direito de regresso perante este. Ou seja, sendo chamado a responder o prestador de mercado em linha pela falta de conformidade ou pelas declarações enganosas do profissional, deve o mesmo ter o direito de reagir contra o profissional a quem é imputável o facto.

Entendemos, na mesma senda do que refere Jorge Morais de Carvalho, de que esta remissão se trata de uma remissão para as normas de Direito Privado<sup>165</sup>. Temos de verificar como o direito de regresso funciona no seio de uma responsabilidade solidária como a aqui em causa (art. 44.º/1).

Nos termos gerais do CC, as obrigações solidárias encontram-se previstas nos arts. 512.º e ss do CC. O art. 512.º/1 do CC determina que a obrigação é solidária, “quando cada um dos devedores responde pela prestação integral e esta a todos libera, ou quando cada um dos credores tem a faculdade de exigir, por si só, a prestação integral e esta libera o devedor para com todos eles”.

---

<sup>165</sup> Carvalho, 2022a, p. 145; Carvalho, 2022b, p. 71; Carvalho, 2022c, p. 505.

Neste caso, estamos perante uma solidariedade passiva<sup>166</sup>, já que tanto o profissional que disponibiliza o bem, conteúdo ou serviço digital, como o prestador de mercado em linha são responsáveis perante o consumidor, ou seja, qualquer um dos devedores está obrigado perante o credor a realizar a prestação integral. Caso o prestador de mercado em linha se torne responsável perante o consumidor, este tem direito de regresso para exigir a parte que lhe compete na obrigação, nos termos do art. 524.º CC. O direito de regresso surge a favor de um dos obrigados solidários, como um direito novo<sup>167</sup>. Como sabemos, para que surja o direito de regresso, é necessário que o devedor satisfaça o direito do credor, não basta a mera interpelação para cumprir<sup>168</sup>.

Este direito de regresso pode ser exercido na própria ação de condenação na obrigação solidária, através do chamamento dos restantes devedores solidários, de acordo com o art. 317.º/1 do CPC, o denominado incidente processual de intervenção provocada<sup>169</sup>.

Nestes termos, o consumidor tem o direito de exigir a qualquer um dos seus devedores seja um prestador de mercado em linha, seja um profissional, a responsabilidade pelo incumprimento<sup>170</sup>.

Entende Jorge Morais de Carvalho que o prestador de mercado em linha no âmbito desta ação de regresso, não parece “beneficiar dos prazos e das inversões do ónus da prova que o consumidor pode utilizar contra si”<sup>171</sup>. O que também, não podemos deixar de concordar e ao mesmo tempo questionar, vejamos.

Por um lado, entendemos que os prazos e as inversões do ónus da prova estão pensados para beneficiar o consumidor, que somos de entender que é parte mais vulnerável da relação contratual, ainda para mais no seio de um mercado em linha. Porém, por outro lado, se o consumidor pode usar estas disposições contra o prestador de mercado em linha, porque não o prestador de mercado em linha, poder utilizar estas contra o profissional?

---

<sup>166</sup> Leitão, 2016, p. 148 e ss: para mais desenvolvimentos sobre as obrigações solidárias.

<sup>167</sup> Proença, 2017, p. 138 e Cordeiro, 2020, p. 511.

<sup>168</sup> Lima & Varela, 1987, p. 539.

<sup>169</sup> Proença, 2017, p. 135.

<sup>170</sup> Varela, 2016, p. 767.

<sup>171</sup> Carvalho, 2022a, p. 146; Carvalho, 2022b, p. 71; Carvalho, 2022c, p. 505.

Para além do mais, nada parece impedir que o prestador de mercado em linha possa demandar diretamente o produtor (ou outra pessoa na cadeia contratual), sempre que este tenha responsabilidade<sup>172</sup>.

---

<sup>172</sup> *Ibidem*, 2022, p. 506; *Ibidem*, 2022, p. 72; *Ibidem*, 2022, p. 146.

## Conclusão

Os mercados em linha tornaram-se numa realidade, para a qual a UE reconheceu a necessidade de tomar medidas para estimular a transparência na contratação através desta via. O que a nosso ver, é uma mais valia, já que defendemos a necessidade de estabelecer critérios, de modo a que os mercados em linha não possam excluir a sua responsabilidade sem mais.

Uma das grandes inovações que analisamos, porém não com o pormenor que pretendíamos, foi precisamente a adoção do DSA, já que veio atualizar a DCE, o que a nosso ver era «imperativo», uma vez que aquando da elaboração da DCE, grande parte das plataformas como as conhecemos hoje, ainda nem existiam, ou existiam, mas não com o desenvolvimento e complexidade que têm atualmente. O art. 6.º/3 DSA foi, de facto, um grande avanço, já que tutela a forma como o mercado em linha se apresenta junto do consumidor.

O DL 84/2021 ao estabelecer a responsabilidade do prestador de mercado em linha é uma iniciativa louvável, porém consideramos que o legislador português deveria ter sido mais cauteloso, mas não lhe retiramos o mérito pela sua «inovação». Assim, não podemos deixar de referir a nossa expectativa em relação a futuros desenvolvimentos quanto aos arts. 44.º e ss, de forma a percebermos qual o verdadeiro impacto desta norma no nosso ordenamento jurídico, já que tal como referimos ao início, esta parece ter passado um pouco «despercebida» no âmbito deste novo regime.

Em suma, a confiança que os consumidores depositam nos mercados em linha, parece estar cada vez mais tutelada. Portanto, não podemos deixar de expressar a nossa satisfação.

## Bibliografia

### 1. Livros e artigos

- ALMEIDA, Carlos Ferreira de (2018) - *Contratos IV: Funções. Circunstâncias. Interpretação*. 2.<sup>a</sup> Edição, Coimbra: Almedina.
- ANTUNES, José Engrácia (2019) - *Direito do Consumo*. 1.<sup>a</sup> Edição, Coimbra: Almedina.
- BARBOSA, Mafalda Miranda (2020) - “Alguns perigos dos mercados digitais e as respostas do direito europeu do consumidor”, *Revista de Filosofia do Direito, do Estado e da Sociedade*, volume I, n.º 1, pp. 65-87.
- BARBOSA, Mafalda Miranda (2022) - “Responsabilidade civil das plataformas digitais”, *Revista de Direito da Responsabilidade*, ano 4, pp. 791-810.
- BUSCH, Christoph e Vanessa Mak (2021) - “Putting the Digital Services Act in Context: Bridging the Gap Between EU Consumer Law and Platform Regulation”, *Journal of European Consumer and Market Law*, n.º 3, pp. 109-115.
- BUSCH, Christoph et al. (2016) - “The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law?”, *Journal of European Consumer and Market Law*, n.º 1, pp. 3-10.
- BUSCH, Christoph et al. (2020) - “The ELI Model Rules on Online Platforms”, *Journal of European Consumer and Market Law*, n.º 9, pp. 61-70.
- CARVALHO, Joana Campos (2016) - “A Proteção do Consumidor na *Sharing Economy*”, in *I Congresso de Direito do Consumo* (Coordenação de Jorge Morais de Carvalho), Coimbra: Almedina, pp. 115-129.
- CARVALHO, Joana Campos (2019a) - “From Bilateral to Triangular: Concluding Contracts in the Collaborative Economy”, in *The Sharing Economy: Legal Problems of a Permutations and Combinations Society* (Edição de Maria Regina Redinha, Maria Raquel Guimarães e Francisco Liberal Fernandes), Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, pp. 196-210.
- CARVALHO, Joana Campos (2020) - “Online platforms: concept, role in the conclusion of contracts and current legal framework in Europe”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, volume 12, n.º 1, pp. 863-874.

- CARVALHO, Jorge Morais de (2018) - “O conceito de consumidor no direito português”, *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 14, pp. 185-232.
- CARVALHO, Jorge Morais de (2019b) - “New Developments in EU Consumer Contract Law”, *PoLaR- Portuguese Law Review*, volume 3, n.º 1, pp. 11-17.
- CARVALHO, Jorge Morais de (2021) - *Manual de Direito do Consumo*. 7.ª Edição, Coimbra: Almedina.
- CARVALHO, Jorge Morais de (2022a) - *Compra e Venda e Fornecimento de Conteúdos e Serviços Digitais: Anotação ao Decreto-Lei n.º 84/2021, de 18 de outubro*. 1.ª edição, Coimbra: Almedina.
- CARVALHO, Jorge Morais de (2022b) - “Decreto-Lei n.º 84/2021, de 18 de outubro- Apresentação geral” in *Diretivas 2019/770 e 2019/771 e Decreto-Lei n.º 84/2021* (Edição de Jorge Morais de Carvalho, Inês Crispim, Maria Miguel Oliveira da Silva e Martim Farinha), 1.ª edição, Coimbra: Almedina, pp. 45-73.
- CARVALHO, Jorge Morais de (2022c) - *Manual de Direito do Consumo*. 8.ª Edição, Coimbra: Almedina.
- CARVALHO, Jorge Morais de, Francisco Arga Lima e Martim Farinha (2021) - “Introduction to the Digital Services Act, Content Moderation and Consumer Protection”, *Revista de Direito e Tecnologia*, volume 3, n.º 1, pp. 71-104.
- CASAS, Matilde Cuenca (2020) - “La contratación a través de plataformas intermediarias en línea”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, volume 12, n.º 2, pp. 283-348.
- CAUFFMAN, Caroline (2016) - “The Commission's European Agenda for the Collaborative Economy- (Too) Platform and Service Provider Friendly?”, *Journal of European Consumer and Market Law*, n.º 6, pp. 235-243.
- CAUFFMAN, Caroline (2019) - “New EU rules on business-to-consumer and platform-to-business relationships”, *Maastricht Journal of European and Comparative Law*, volume 26, n.º 4, pp. 469-479.
- CAUFFMAN, Caroline e Catalina GOANTA (2021) - “A New Order: The Digital Services Act and Consumer Protection”, *European Journal of Risk Regulation*, volume 12, pp. 758-774.

- CORDEIRO, António Menezes (2012) - *Tratado de Direito Civil I*. 4.<sup>a</sup> Edição, Coimbra: Almedina.
- CORDEIRO, António Menezes (2020) - *Código Civil Comentado: I- Parte Geral - arts. 1.º a 396.º*. 1.<sup>a</sup> Edição, Coimbra: Almedina.
- DUIVENVOORDE, Bram (2022) - “The Liability of Online Marketplaces under the Unfair Commercial Practices Directive, the E-commerce Directive and the Digital Services Act”, *Journal of European Consumer and Market Law*, n.º 2, pp. 43-52.
- EIFERT, Martin, et al. (2021) - “Taming the giants: The DMA/DSA Package”, *Common Market Law Review*, n.º 58, pp. 987-1028.
- FALCÃO, David (2020) - *Lições de Direito do Consumo*. 2.<sup>a</sup> Edição, Coimbra: Almedina.
- FALCÃO, David (2021) - “Análise à nova lei das garantias- DL 84/2021, de 18 de outubro”, *Revista da Ordem dos Advogados*, ano 81, volume III/IV, pp. 493-541.
- FARINHA, Martim (2021) - “Modifications on the digital content or digital service by the trader in the Directive (EU) 2019/770”, *Revista Electrónica de Direito*, volume 25, n.º 2, pp. 84-111.
- GARCIA, Sara Fernandes (2021) - “A Responsabilidade dos Prestadores de Mercados em Linha na Venda de Bens, Conteúdos e Serviços Digitais- O Conceito de «Influência Decisiva»” in *Anuário do NOVA Consumer Lab*, ano 3, pp. 85-108.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2016) - *Direito das Obrigações*. Volume I, 13.<sup>a</sup> Edição, Coimbra: Almedina.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2023) - *Digital Services Act (DSA)*. 1.<sup>a</sup> Edição, Coimbra: Almedina.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles Menezes (2022) - *Direito das Obrigações*. Volume III, 14.<sup>a</sup> Edição, Coimbra: Almedina.
- LIMA, Pires de e Antunes Varela (1987) - *Código Civil Anotado*. Volume I (arts. 1.º a 761.º), 4.<sup>a</sup> Edição Revista e Aumentada, Coimbra: Coimbra Editora.

- MONTEIRO, António Pinto e Mafalda Miranda Barbosa (2018) - “A imposição das obrigações decorrentes do DL n.º 67/2003, de 8 de abril, ao intermediário na venda”, *Revista de Legislação e Jurisprudência*, ano 147, n.º 4011, pp. 368-386.
- OLIVEIRA, Fernando Baptista de (2009) - *O Conceito de Consumidor: Perspectivas Nacional e Comunitária*. 1.ª Edição, Coimbra: Almedina.
- PASSINHAS, Sandra (2019) - “O lugar da vulnerabilidade do direito do consumidor português”, *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 15, pp. 255-311.
- PASSINHAS, Sandra (2021a) - “A proteção do consumidor no mercado em linha”, *Revista da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa*, ano LXII, número 1, tomo 2, pp. 871-898.
- PASSINHAS, Sandra (2021b) - “O novo regime da compra e venda de bens de consumo-exegese do novo regime legal”, *Revista de Direito Comercial*, pp. 1463-1528.
- PEREIRA, Alexandre Dias (2019) - “Contratos de Fornecimento de Conteúdos e Serviços Digitais”, *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 15, pp. 9-36.
- PEREIRA, Alexandre Dias (2020) - “Os direitos do consumidor de conteúdos e serviços digitais segundo a Diretiva 2019/770”, *Revista Electrónica de Direito*, volume 21, n.º 1, pp. 135-149.
- PINTO, Carlos Alberto da Mota (2012) - *Teoria Geral do Direito Civil*. 4.ª Edição, Coimbra: Coimbra Editora.
- PROENÇA, José Carlos Brandão (2017) - *Lições de Cumprimento e não Cumprimento das Obrigações*. 2.ª Edição, Porto: Universidade Católica Editora.
- Research group on the Law of Digital Services (2016) - “Discussion draft of a Directive on online intermediary platforms”, *Journal of European Consumer and Market Law*, n.º 4, pp. 164-169.
- SØRENSEN, Marie Jull (2022) - “Is the «New Deal» for Consumers a Big Deal? Consumer Protection and the New Information Duties for Online Marketplaces”, *European Review of Private Law*, n.º 6, pp. 1-20.
- TOMMASI, Sara (2021) - “The Liability of Internet Service Providers in the Proposed Digital Services Act”, *European Review of Private Law*, n.º 6, pp. 925-944.

TWIGG-FLESNER, Christian (2018) - “The EU's Proposals for Regulating B2B Relationships on online platforms- Transparency, Fairness and Beyond”, *Journal of European Consumer and Market Law*, n.º 6, pp. 222-233.

VARELA, João de Matos Antunes (2016) - *Das Obrigações em Geral*. Volume I, 10.ª edição, Coimbra: Almedina.

VASCONCELOS, Maria João (2019) - “New Perspectives on Sale of Consumer Goods- Maximum Harmonization and High Protection of Consumers as a Condition for the Further Development of Cross-Border Trade in Single Market”, *PoLaR-Portuguese Law Review*, volume 3, n.º 1, pp. 19-31.

## **2. Tese de doutoramento**

VASCONCELOS, Maria João Sarmento Pestana (2015) - *Conformidade e Risco na Venda de Bens de Consumo*. Tese de doutoramento em Ciências Jurídicas Especialidade em Ciências Jurídico-Privatísticas. Escola de Direito da Universidade do Minho. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/42532> (último acesso em 25/03/2023).

## **3. Documentos e links relevantes**

BEUC position paper, “The Digital Services Act Proposal”, publicado a 9 de abril de 2021. Disponível em: <https://www.beuc.eu/position-papers/digital-services-act> (último acesso em 25/03/2023).

BEUC’s recommendations, “Making the Digital Services Act Work for Consumers”, publicado a 6 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.beuc.eu/position-papers/making-digital-services-act-work-consumers> (último acesso em 25/03/2023).

BUSCH, Christoph (2021) - “Rethinking Product Liability Rules for Online Marketplaces: A Comparative Perspective”, *49th Annual Research Conference on Communications, Information and Internet Policy*. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3897602> (último acesso em 25/03/2023).

FARINHA, Martim, “Finalmente, o novo Regulamento dos Serviços Digitais (Digital Services Act DSA)!”, publicado a 11 de novembro de 2022. Disponível em:

<https://novaconsumerlab.novalaw.unl.pt/finalmente-o-novo-regulamento-dos-servicos-digitais-digital-services-act-dsa/> (último acesso em 25/03/2023).

Model Rules on Online Platforms, Report of the European Law Institute. Disponível em: [https://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user\\_upload/p\\_eli/Publications/ELI\\_Model\\_Rules\\_on\\_Online\\_Platforms.pdf](https://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user_upload/p_eli/Publications/ELI_Model_Rules_on_Online_Platforms.pdf) (último acesso em 25/03/2023).

SAVIN, Andrej (2021) - “The EU Digital Services Act: Towards a More Responsible Internet” in *Copenhagen Business School Law Research Paper Series* , pp. 1-17. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3786792> (último acesso em 25/03/2023).

Termos e condições da Farfetch. Disponível em <https://www.farfetch.com/pt/terms-and-conditions/> (último acesso em 25/03/2023).

WIEWIÓROWSKA-DOMAGALSKA, Aneta (2017) - “Online Platforms: How to Adapt Regulatory Framework to the Digital Age?”, *Briefing of the European Parliament*. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL\\_BRI\(2017\)60732\\_3](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_BRI(2017)60732_3) (último acesso em 25/03/2023).

#### **4. Estudos**

Estudo da ACEPI relativamente à Economia Digital em Portugal, Edição 2022. Disponível em: <https://www.acepi.pt/media/a5afiwhq/estudo-economia-digital-2022.pdf> (último acesso em 25/03/2023).

Estudo da Comissão Europeia intitulado “Behavioural study on the transparency of online platforms” (final report). Disponível em: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/758804c3-5801-11e8-ab41-01aa75ed71a1/language-en> (último acesso em 25/03/2023).

## Jurisprudência

Decisões do TJUE (todos disponíveis em [curia.europa.eu](http://curia.europa.eu)):

- Acórdão do TJUE de 12 de Julho de 2011, no processo C-342/09, no seio do litígio entre L'Oréal SA contra eBay.
- Acórdão do TJUE de 4 de junho de 2015, no processo C-497/13, no seio do litígio entre Froukje Faber contra Autobedrijf Hazet Ochten BV.
- Acórdão do TJUE de 9 de novembro de 2016, no processo C-149/15, no seio do litígio entre Sabrina Wathélet contra Garage Bietheres & Fils SPRL.
- Acórdão do TJUE de 20 de dezembro de 2017, no processo C-434/15, no seio do litígio entre Asociación Profesional Elite Taxi contra Uber Systems Spain,SL.
- Acórdão do TJUE de 10 de abril de 2018, no processo C-320/16, no seio do litígio contra Uber France SAS, sendo interveniente: Nabil Bensalem.
- Acórdão do TJUE de 4 de outubro de 2018, no processo C-105/17, no seio do litígio entre Komisia za zashtita na potrebitelite contra Evelina Kamenova, sendo interveniente: Okrazhna prokuratura — Varna.
- Acórdão do TJUE de 19 de dezembro de 2019, no processo C-390/18, no seio do litígio que contou com a intervenção de Airbnb Ireland.
- Acórdão do TJUE de 10 de dezembro de 2020, no processo C-774/19, no seio do litígio entre A. B., B. B. contra Personal Exchange International Limited.
- Acórdão do TJUE de 22 de dezembro de 2022, nos processos apensos C-148/21 e C-184/21, no seio do litígio entre Christian Louboutin contra Amazon Europe Core Sàrl.

Decisão dos EUA:

- Acórdão do Court of Appeal, Fourth Appellate District Division One State of California de 13 de agosto de 2020, disponível em: <https://law.justia.com/cases/california/court-of-appeal/2020/d075738.html> (último acesso em 25/03/2023).