

“O COMÉRCIO ELETRÓNICO E OS NOVOS DESAFIOS DA ERA DIGITAL À LUZ DA DIRETIVA EUROPEIA 2000/31/CE: DA VENDA ITINERANTE ÀS LOJAS VIRTUAIS”

REBELO, Fernanda¹

Sumário: Introdução; **1.** O comércio eletrónico no processo de globalização; **1.1.** Modelos e “formas” de comércio; **1.2.** A Internet e o aparecimento dos *serviços em linha*; **1.3.** O comércio eletrónico como uma ferramenta estratégica de negócios; **2.** Aproximação ao conceito de comércio eletrónico; **3.** O comércio eletrónico e os serviços da sociedade da informação; **3.1.** Contributos para a delimitação do conceito de “serviços da sociedade da informação” à luz do DL 7/2004 e da Diretiva 2000/31/CE; **3.1.1.** Âmbito objetivo de aplicação e as matérias não harmonizadas; **3.1.2.** Conceito de “serviço da sociedade da informação”; **3.1.3.** As atividades visadas pelo conceito de “serviços da sociedade da informação”; **3.1.4.** As atividades excluídas do âmbito dos “serviços da sociedade da informação”; **4.** Conclusões; Referências bibliográficas.

Palavras-Chave: Comércio Electrónico, Diretiva 2000/31/CE; Internet; Era Digital; Serviços da Sociedade da Informação

Introdução

A partir do último quartel do século XX, a sociedade mundial vem sofrendo profundas transformações que são particularmente visíveis no domínio da comercialização de bens e serviços. Fortemente impulsionada por uma dinâmica de modernização, a atividade comercial modificou-se; novos modelos de comércio surgiram e expandiram-se por quase todos os setores da atividade económica², dando lugar ao surgimento e difusão à escala mundial do fenómeno “comércio electrónico”³.

No limiar do novo milénio, o “comércio” (no sentido clássico do termo) passou por uma transformação tão acentuada quanto rápida fruto da reestruturação económica e da compressão

¹ Doutora em Direito pela Universidade Portucalense (UPT) e Professora do Departamento de Direito da UPT (fmnr@upt.pt). Investigadora do Instituto Jurídico Portucalense – IJP, Coordenadora-Adjunta do Grupo de Trabalho “Capital, Labour, Tax and Trade” do IJP e Editora-Adjunta da Revista Jurídica Portucalense/Portucalense Law Journal, disponível em <http://revistas.rcaap.pt/juridica/>.

Neste texto são utilizadas as seguintes abreviaturas e siglas: art. – artigo; cit. – citada; Cfr. – Confrontar; DL – Decreto-Lei; n.º - número; n.- nota de rodapé; p./pp – página/páginas; V./v. – ver; TIC – Tecnologias de Informação e de Conhecimento; ss – seguintes; ACEPI - Associação do Comércio Eletrónico e Publicidade Interativa; OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico; TIC – Tecnologias de Informação e Conhecimento.

² Vítor Leal FERREIRA, *O Comércio Eletrónico em Portugal. Relações Espaciais entre Comércio e Consumidores na Internet*. 2008, pp. 33 ss, descreve as novas formas do comércio a retalho orientadas para o consumo e responsáveis por alterações profundas nos hábitos de consumo, nas práticas de lazer e na ocupação de tempos livres dos consumidores: desde o surgimento em larga escala do comércio “alimentar” e de “livre-serviço”, assegurado pelas grandes superfícies generalistas (supermercados e hipermercados) e especializada e pelos centros comerciais, passando pelo sistema de distribuição através do *franchising*, pelos grandes armazéns e pelos *factory outlets*, até ao comércio eletrónico (*e-commerce*). Em contraponto, mantiveram-se os formatos comerciais com pequeno impacto, tais como o pequeno comércio em espaço rural: as “mercearias da aldeia” e o “comércio itinerante” praticado em feiras e mercados.

³ José Narciso Cunha RODRIGUES, “Internet e Globalização”. In António Pinto Monteiro (Coord.) - *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação*. 1999, p. 343; e José de Oliveira ASCENSÃO, “A Sociedade Digital e o Consumidor”. In *Direito da Sociedade da Informação*. Vol. VIII, 2009, p. 141.

espácio-temporal dos canais de comercialização por todo o mundo⁴. Ao mesmo tempo, assistimos à instauração de uma renovada *ordem* e um novo *universo* – o da *Economia Digital*⁵.

A proclamada “Sociedade da Informação e do Conhecimento”, baseada justamente nos serviços e nas novas Tecnologias de Informação e Conhecimento (TIC)⁶, tomou decisivamente o lugar da sociedade industrial outrora dominante⁷. Por seu turno, o processo de globalização, também ele favorecido e potenciado pelos avanços tecnológicos⁸, expandiu-se a todos os domínios e setores sociais com repercussão a nível mundial⁹. É um facto que a globalização pôs em marcha transformações importantes nos sistemas sociais, tanto no plano ideológico-cultural como no político e económico, e marcou decisivamente a transição do tempo moderno para o tempo pós-moderno¹⁰. Deste modo, a “sociedade da informação” resulta desta globalização que atualmente envolve todo o planeta com o contributo decisivo da Internet - a famosa rede mundial de computadores¹¹.

⁴ Como nota Vítor Leal FERREIRA, *O Comércio Eletrónico em Portugal...* cit., p. 33, a alteração mais visível na estrutura do comércio, nas diversas e inovadoras formas organizativas da atividade económica em Portugal, foi a passagem de um modelo hierárquico para um modelo em rede. Miguel Pupo CORREIA, *Direito Comercial. Direito da Empresa*. 11.ª ed., 2009, p. 563, assinala a influência das telecomunicações na celeridade alcançada na transmissão de comunicações e destaca, numa primeira fase, o papel desempenhado pelo meio telegráfico (cfr. o art. 97.º do Código Comercial de 1888), a que se seguiu o desenvolvimento da informática e das tecnologias de informação. Por sua vez, João Calvão da SILVA, *Banca, bolsa e seguros: direito europeu e português*. 2ª ed., 2007, p.81, realça o facto de que o «maior aliado da mundialização do comércio está na cibernética ciência geral da comunicação que o matemático americano *Norbert Wiener* cria na década de quarenta».

⁵ É a “economia das tecnologias da informação e da comunicação”, também designada “nova economia” ou “tele-economia”. Em 1999, Miguel Pupo CORREIA, “Comércio Electrónico: Forma e Segurança”. In António Pinto MONTEIRO (Coord.)- *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação*. 1999, p. 226, realçava o papel da emergente *tele-economia* “nas profundas modificações nos próprios quadros de comportamento individual e nos pressupostos jurídicos da comercialização dos produtos”. Sobre o conceito de “tele-economia” e as suas características, v. ainda Miguel Pupo CORREIA, *Direito Comercial...*cit., p.564.

⁶ As TIC surgiram nos anos 70 do Século XX; referem-se a um conjunto de instrumentos desenvolvidos para a comunicação e transmissão da informação, em resultado da convergência entre a tecnologia das telecomunicações, da informática e da radiodifusão. Segundo José de Oliveira ASCENSÃO, *Estudos sobre Direito da Internet e da Sociedade da Informação*. 2001, no texto “Novas tecnologias e transformação do direito de autor”, p. 121, as novas tecnologias têm por base um conceito novo: *a digitalização*. Sobre as implicações das TIC nos direitos e princípios fundamentais, v. Francisco Javier DÍAZ REVORIO, “Algunas Ideas sobre el Impacto de Internet y las Nuevas Tecnologías en los Derechos Fundamentales”. *InterseXiones*. N.º 1 (2010), pp. 179-205.

⁷ Cfr. O Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal, publicado em 1997. Disponível em: <http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes/LivroVerde1997.pdf>; e ANACOM - *O Comércio Eletrónico em Portugal - O Quadro Legal e o Negócio*. 2004, p. 14. Tal como se falava de “Sociedade Industrial” relativamente aos sistemas económicos e sociais que dominaram a maior parte do Século XX, com a expressão “Sociedade da Informação” pretende aludir-se a um novo modelo socioeconómico e cultural, com vocação universal, em que as redes de comunicação de todo o tipo, em particular a Internet, permitem quer o acesso generalizado a um enorme fluxo de informação quer o seu intercâmbio, incidindo sobre todos os domínios da atividade humana.

⁸ Ainda que se reconheça que foram muitos e variados os fatores que contribuíram para o aparecimento do fenómeno da globalização no final do século XX e início do século XXI, são de destacar essencialmente dois: as *novas tecnologias* no setor dos transportes e das telecomunicações e a *liberalização do comércio internacional*, em especial dos mercados financeiros. Tudo favorece a internacionalização e a interdependência das economias e, conseqüentemente, dos povos e culturas, o que leva à ideia de que o mundo é cada vez mais pequeno e que vivemos todos numa “aldeia global”, para usar a metáfora criada na década de sessenta por *Herbert Marshall McLuhan*, popularizada nas suas obras, designadamente *The Gutenberg Galaxy* (1962). Sobre o conceito ideológico de globalização, v. Mário MURTEIRA, “Globalização, uma falsa ideia clara”. *Economia Global e Gestão*. Vol. VII, n.º 2 (2002), p. 71.

⁹ José de Oliveira ASCENSÃO, “Prefácio”. In ANACOM, *O Comércio Electrónico em Portugal - Quadro Legal e o Negócio*. 2004, p. 5, alerta para o facto de haver uma boa globalização e uma má globalização, sendo esta manifestada na posição de domínio das nações mais poderosas quanto ao controlo de certos sistemas da rede mundial.

¹⁰ Cfr. José Narciso RODRIGUES, “Internet e Globalização”...cit, p. 343. Para uma visão internacional da proteção do consumidor, ver Alberto do Amaral JÚNIOR; Luciane Klein VIEIRA, A proteção internacional do consumidor no Mercosul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, 2016, vol. 25, n.º 106, pp. 71-88.

¹¹ Segundo Alexandre Dias PEREIRA, “A Protecção do Consumidor no Quadro da Directiva sobre o Comércio Electrónico”. In *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 2, Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2000, p. 77, n.61, «na

É neste contexto que se desenvolvem os “serviços da sociedade da informação” e, mais amplamente, o moderno comércio eletrónico, que aqui pretendemos caracterizar. A crescente utilização de plataformas digitais coloca-nos como é sabido perante os desafios inerentes ao ambiente virtual, caracterizado pela *celeridade*, *globalização* e *desmaterialização* dos processos de negócios, deixando para trás os ditos “modelos” tradicionais de comércio e, por inerência, os problemas que lhe estão associados.

Estamos assim perante um *novo paradigma nas transações empresariais* que abarca, por um lado, os agentes económicos que nessas plataformas digitais criam oportunidades de negócios e se oferecem ao mercado cada vez mais virtual, e, por outro lado, os sujeitos destinatários (em grande parte consumidores¹²) dos bens e serviços postos à sua disposição na rede, igualmente participantes ativos na sociedade da informação.

Vários estudos revelam o crescimento exponencial do número de pessoas que utiliza a Internet para a aquisição de bens ou para a obtenção de um serviço ou o fornecimento de um conteúdo digital¹³. A celebração de contratos a distância¹⁴, que até há poucas décadas se limitava à tradicional venda por correspondência e por catálogo, aumentou de forma significativa, tais como as vendas e prestação de serviços pela televisão e pelo telefone, sendo visível uma tendência gradual de generalização¹⁵ da contratação por via electrónica¹⁶.

Consequentemente, vamos assistindo à proliferação das designadas *lojas virtuais* (as páginas *web* destinadas à comercialização de produtos) e ao desenvolvimento da prestação de múltiplos

sociedade da informação assiste-se a uma mudança de paradigma, de um mercado real para um mercado virtual, em que a transparência do mercado, a promoção da concorrência e a proteção do consumidor são reequacionadas».

¹² Para este efeito, consideramos “consumidor” «a pessoa singular que atue com fins que não se integrem no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional», nos termos e para efeitos de aplicação do regime jurídico relativo aos contratos celebrados a distância e fora do estabelecimento comercial, previsto no art. 3.º, alínea c), do DL n.º 24/2014, de 14 de fevereiro (que transpõe a Diretiva 2011/83/EU, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro, de 2011, relativa aos direitos dos consumidores). Sobre a noção de consumidor em geral, v. Carlos Ferreira de ALMEIDA, *Os direitos dos consumidores*, Coimbra: Almedina, 1982, pp. 206 ss.

¹³ De acordo com o Estudo da Associação do Comércio Eletrónico e Publicidade Interativa (ACEPI) - “Economia Digital em Portugal 2009-2017”, tomado público em 2016, o volume de compras em linha (*online*) registadas representa atualmente 24% do PIB (36,7 mil milhões de euros), prevendo-se que em 2017 aumente para 43% do PIB (69 mil milhões de euros). É assim previsível que o número de utilizadores da Internet (internautas), que é presentemente de cerca de 64%, passe para 80% em 2017. Porém, quanto às compras *online*, apenas 24% (2,5 mil milhões) dos portugueses realizam aquisições de bens e serviços através da Internet, número que deverá crescer até os 35% (3,5 mil milhões) em 2017. Em contraste, na União Europeia, a aquisição de bens e serviços é da ordem dos 57%. Quanto às restantes atividades desenvolvidas em linha pelos portugueses, é de registar em primeiro lugar a utilização de *e-mail* (82%), seguida da utilização das redes sociais (76%), da leitura de notícias (67%) e finalmente dos jogos *online* (41%).

¹⁴ Nos termos do art. 3.º, alínea f), do referido DL 24/2014, considera-se “contrato celebrado a distância” «um contrato celebrado entre um consumidor e o fornecedor de bens ou o prestador de serviços sem presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda ou prestação de serviços organizado para o comércio a distância mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação a distância até à celebração do contrato, incluindo a própria celebração».

¹⁵ Generalização a que não é alheia a União Europeia. No plano comunitário, desde há muito tempo, tem sido dada especial atenção ao “comércio eletrónico”, como o comprovam o Livro Verde sobre o Comércio (COM (1996), 53 final, de 20 de novembro de 1996, seguindo-se a Comunicação da Comissão “Iniciativa europeia de comércio eletrónico” (COM (97), de 12 de abril de 1997). Da Resolução do Conselho, de 19 de janeiro de 1999, sobre os aspetos relativos ao consumidor na sociedade da informação, até à aprovação da Diretiva 2000/31/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno sobre o comércio electrónico (transposta para o direito nacional pelo DL 7/2004, de 7 de janeiro), foi um passo rápido que veio culminar todo o processo de consolidação até aí desenvolvido pela União Europeia neste domínio. O “Livro Verde Para um mercado europeu integrado dos pagamentos por cartão, por Internet e por telemóvel”, COMISSÃO EUROPEIA, Bruxelas, 11.1.2012 COM (2011) 941 final, representa o prosseguimento de tal política de desenvolvimento e consolidação.

¹⁶ Aos contratos celebrados por via eletrónica ou informática são aplicáveis as disposições do Capítulo V do DL 7/2004 (arts. 24.º a 34.º).

serviços em linha, sendo relevante, para o efeito de determinação do respetivo regime jurídico aplicável, apurar o seu significado e alcance; isto é, quais são as atividades que estão compreendidas nos referidos *serviços* e quais as que devemos excluir do respetivo âmbito. Por exemplo: a consulta de um catálogo eletrónico pelo cliente no próprio estabelecimento ou a reserva (*online*) de bilhetes de avião numa agência de viagens ou a utilização de um fax ou, ainda, a entrega de uma encomenda no domicílio do destinatário serão considerados “serviços da sociedade da informação”? E o *download* de um vídeo ou de um ficheiro musical diretamente no computador do adquirente? E no tocante às simples informações disponibilizadas gratuitamente na Internet (serviços noticiosos, o estado do tempo ou os horários do metropolitano), como as devemos qualificar?

As temáticas do comércio eletrónico e dos contratos celebrados através da Internet são relativamente recentes e, atendendo ao meio tecnológico que lhes serve de veículo, podem levantar um sem número de questões e problemas¹⁷. As implicações de cariz contratual¹⁸ prendem-se com o meio que é utilizado – visto como mercado e como canal de distribuição –, com a natureza de tais transações, a sua admissibilidade legal, bem como o grau de certeza das transações e os níveis de segurança técnica exigíveis, entre outros¹⁹.

Para a compreensão integrada de cada um destes fenómenos e sua articulação, daremos conta em seguida, nos pontos (1 e 2), do surgimento e evolução do comércio eletrónico no processo de globalização e, no ponto (3), da sua interconexão com a atividade económica empresarial e com a prestação dos denominados “serviços na sociedade da informação”, tanto na *praxis* empresarial como na lei.

¹⁷ Nomeadamente: como avaliar a capacidade das partes quando não sabemos a identidade da pessoa com quem contratamos? Como se manifestam as declarações de vontade neste ambiente eletrónico? Qual a sua validade formal e o seu valor probatório? Como enquadrar o documento eletrónico e a assinatura eletrónica? Como qualificar a publicitação de um produto numa página *Web* ou oferta em linha de bens e serviços? Outros problemas dizem respeito à determinação do momento e do lugar da conclusão do contrato eletrónico, com a finalidade de fixar os seus efeitos, a lei aplicável e a jurisdição competente. Sobre as questões que a temática da contratação eletrónica apresenta, v. Alexandre Dias PEREIRA, “A Via Electrónica da Negociação (Alguns Aspectos)”. In *Estudos de Direito do Consumo*, n.º 8. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2006/2007, pp. 275 ss; e José de Oliveira ASCENSÃO, *Direito Civil - Vol. II*. 2.ª ed., 2003, pp. 473 ss.

¹⁸ Para Alexandre Dias PEREIRA, *O Comércio Electrónico na Sociedade da Informação: Da Segurança Técnica À Confiança Jurídica*, Coimbra: Almedina 1999, p. 15, trata-se de “uma nova forma de transmissão de declarações negociais que se concretiza através do processamento e da transmissão eletrónica de dados”. Podem enviar-se mensagens eletrónicas de conteúdo contratual, designadamente, aceitar uma proposta contratual de um profissional que é apresentada numa página da Internet, com um simples clique no ecrã do computador ou de um outro dispositivo móvel eletrónico. É ainda possível a celebração de contratos realizada exclusivamente entre computadores, os quais transmitem declarações negociais introduzidas por pessoas físicas que programam os computadores.

¹⁹ Neste enquadramento, é de considerar a importante problemática da *proteção jurídica do consumidor*, matéria que, por extravasar os limites impostos ao presente texto, não poderá ser aqui tratada. Por conseguinte, apenas diremos que a consagração de um regime jurídico de proteção do consumidor na contratação eletrónica encontra a sua justificação no aumento da fraqueza do consumidor no mercado virtual, cada vez mais técnico, onde a celebração de um contrato requer uma certa segurança na manipulação das ferramentas tecnológicas e no domínio perfeito das vicissitudes da rede aberta. Como é reconhecido, no comércio eletrónico através da Internet o consumidor pode encontrar-se numa posição ser ainda mais fragilizada do que sucede nas restantes relações de consumo. Sobre a proteção do consumidor em geral, ver António Pinto MONTEIRO, “Sobre o direito do consumidor em Portugal”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 4, Centro de Direito do Consumo Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2002, pp. 121-135. Sobre a proteção do consumidor na contratação a distância, ver Fernanda REBELO, *Contratação a distância e proteção do consumidor*, Tese de doutoramento, 2015, disponível para consulta na Biblioteca da Universidade Portucalense e no repositório da mesma Universidade: <http://hdl.handle.net/11328/1414>; e Elsa Dias OLIVEIRA, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados através da Internet*, Coimbra: Almedina, 2002. Para uma perspetiva brasileira sobre a proteção do consumidor, ver Antonio Herman de Vasconcelos BENJAMIN; Cláudia Lima MARQUES; Leonardo Roscoe BESSA, *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

1. O comércio eletrónico no processo de globalização

1.1. Modelos e “formas” de comércio

O comércio pode ser definido como «toda a atividade que se realiza com caráter profissional mediante a intermediação de bens e serviços no mercado»²⁰. Neste sentido o comércio é parte integrante do sistema geral da distribuição, situando-se entre a produção e o consumo de bens e serviços, tendo como função disponibilizar as mercadorias ao consumidor²¹.

Todavia, não é este conceito de comércio, como sinónimo de *atividade* (comercial), que aqui queremos trazer. Ou, melhor, não é *apenas* essa a realidade que vamos tratar. Concretamente, o que está em causa são os *modelos* ou as *formas* de distribuição e de comercialização de bens e serviços empregues no desenvolvimento dessa atividade.

Na verdade são muitas “as formas” de comércio (em sentido lato) que se conhecem. Algumas são bastante antigas e, pela sua natureza, menos sensíveis à mudança, como a *venda itinerante* e a *venda na loja tradicional*²², enquanto outras são mais recentes, como o “*livre-serviço*”²³, a *venda no domicílio* e a *venda por correspondência*.

Mas outros “modelos” de comércio foram impostos pelas transformações do “estilo de vida” da sociedade moderna e pela internacionalização dos sistemas de distribuição²⁴, como são os casos da venda de bens e prestação de serviços por *distribuidores automáticos*, os *contratos celebrados a distância*, com destaque para as denominadas *lojas virtuais*²⁵ que se desenvolvem no âmbito do comércio eletrónico (*e-commerce*)²⁶.

Em comparação com a celebração de contratos de consumo segundo métodos presenciais, em que as partes se encontram *face a face*, como é habitual no comércio tradicional, na celebração

²⁰ Conceito proposto pela Direção Geral Comércio Interno (DGSI) em 1989.

²¹ Sobre as diferentes definições de “comércio”, v. ANACOM - *O Comércio Eletrónico em Portugal...cit.*, p.15. É de notar que o termo “distribuição” tem vindo aos poucos a substituir o de “comércio”, reportada aos intermediários de grande dimensão.

²² A venda itinerante é o método de comércio mais antigo. Tradicionalmente é usada nos meios rurais e praticada em feiras e mercados. Pelo contrário, o método de venda na loja tradicional é organizado em local fixo e de preferência central com atendimento personalizado, venda ao balcão. Sobre o conceito de estabelecimento estável no art. 5.º da Convenção Modelo da OCDE e o comércio eletrónico, v. Glória TEIXEIRA, *Tributação do Comércio Eletrónico*, p. 15, disponível em: http://www.cje.up.pt/sites/default/files/files/Apresentacao_comunicacao_gloria_Teixeira_0.pdf.

²³ Por “livre-serviço” (*self-service*) entende-se a técnica de venda em que o consumidor, deslocando-se desde a entrada do estabelecimento até às caixas de pagamento junto da saída, tem acesso direto aos produtos expostos.

²⁴ Fabiana D’Andrea RAMOS; Vitor Hugo do Amaral FERREIRA. “Por um direito comum ao consumidor: a órbita global de consumo e a proteção internacional”. In: Bruno MIRAGEM; Claudia Lima MARQUES; Amanda Flávio de OLIVEIRA (Coords.). *25 anos do Código de Defesa do Consumidor: trajetória e perspectivas*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. pp. 465-480.

²⁵ O estabelecimento eletrónico (*cyberstore* ou *virtual store*) possui natureza jurídica idêntica ao “estabelecimento comercial físico”. É o “sítio” (*site*) criado para a venda de produtos ou a prestação de serviços. No âmbito do comércio eletrónico, em vez de um espaço físico perfeitamente delimitado, “uma instalação fixa”, o que existe é um espaço virtual, incorpóreo, o qual não é fácil de articular com o conceito de “estabelecimento estável”, que apresenta corporalidade. Neste sentido, v. Glória TEIXEIRA, *Tributação do Comércio Eletrónico...cit.*, p. 20, que defende a necessidade de adaptar tal conceito às características próprias do comércio eletrónico.

²⁶ *E-Commerce* provém da expressão em língua inglesa “*Electronic Commerce*”. Para uma comparação de definições, terminologias, classificações e métodos de estudo de diferentes formas de comércio, v. Teresa Barata SALGUEIRO, *Do Comércio à Distribuição, Roteiro de uma Mudança*. S. Paulo: Editora Celta, 1996.

de contratos a distância é maior a necessidade de proteção do consumidor, sendo o principal fator de desproteção do consumidor a inexistência de proximidade com o profissional e com o bem²⁷.

Nesta conformidade, a política legislativa de proteção do consumidor em matéria dos contratos celebrados à distância, assenta sobretudo em dois pilares básicos: por um lado, a exigência obrigatória do dever de prestar uma informação prévia e exaustiva, por parte do fornecedor do bem ou serviço, que visa suprir a impossibilidade de apreciação das qualidades do produto mediante o exame físico do mesmo; por outro lado, a atribuição ao consumidor de um prazo de reflexão ou de arrependimento, após a celebração do contrato, durante o qual pode decidir unilateralmente desvincular-se do contrato, sem indicação do motivo²⁸.

Também deve salientar-se a importância das redes sociais e o seu papel no contexto do comércio eletrónico. Na atualidade, a título de exemplo, podemos referir o grande sucesso alcançado pelo *Facebook*. Através desta plataforma, no que constitui uma extensão do *e-commerce*, é possível criar-se uma página *Web (website)*, através de dois tipos de interfaces de compras: a “loja frontal” em que os potenciais consumidores clicam no botão “comprar” e são levados a uma página *web*, separada do *Facebook*, para finalizar a compra; ou a “loja totalmente funcional”, que consiste na criação de uma loja virtual totalmente desenvolvida na página do *Facebook*, utilizando as aplicações próprias do comércio eletrónico que funcionam como uma montra de produtos (um chamariz) e que, através de *links*, direcionam os interessados para a página onde se encontra o produto pretendido na loja virtual. A principal vantagem é a de possibilitar a interação direta entre os profissionais e os clientes, tornando a aquisição do bem ou do serviço mais prática e rápida, em virtude de os utilizadores do *Facebook* não necessitarem de se desvincularem da rede social para concluírem uma compra ou para entrarem em contacto com a loja virtual²⁹.

Constatamos que têm proliferado *novos modelos* de comercialização de produtos associados à utilização de meios eletrónicos, em especial os que têm lugar nas redes abertas como a Internet, sendo de esperar uma constante evolução tanto “criativa” como tecnológica neste domínio. Cremos que o futuro (que está sempre muito próximo!) nos revelará extraordinários e inovadores modelos de comércio. Refira-se que o aparecimento de novas “formas” de comércio não significa o abandono ou o desaparecimento das mais antigas. Na verdade, verifica-se a coexistência no espaço e no

²⁷ O maior inconveniente que esta modalidade de contratação apresenta para o consumidor é a própria apresentação da proposta contratual não permitir o exame físico prévio dos bens a adquirir pelo consumidor, que poderá recear ver as suas expectativas defraudadas perante uma proposta apresentada através de um meio que não lhe permite um contacto direto com o bem, sendo também duvidosa para ele a possibilidade de reclamação junto de alguém que está geograficamente distante, além do incómodo do seu eventual exercício.

²⁸ Sobre os dois pilares basilares das políticas de proteção do consumidor, relativos aos direitos de arrependimento e à informação do consumidor, ver Fernanda Neves REBELO, “O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da proteção do consumidor”, in *Nos 20 Anos do Código das Sociedades Comerciais, Homenagem aos Profs. Doutores A. Ferrer Correia, Orlando de Carvalho e Vasco Lobo Xavier*, Vol. II, Coimbra: Coimbra Editora, 2007, pp. 571-617; “O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da proteção dos consumidores, com as alterações introduzidas pelo DL n.º 82/2008, de 20 de Maio”, in *Revista Jurídica da Universidade Portucalense Infante D. Henrique*, n.º 13, Porto, 2008, pp. 41-72; e “O direito à informação do consumidor na contratação à distância”, in *Liber Amicorum Mário Frota: a causa dos direitos dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2012, pp. 103-153.

²⁹ Para citar o exemplo do mercado brasileiro, onde o fenómeno tem larguíssima expansão, há centenas de lojas dentro do *Facebook*. Para facilitar a procura de um produto ou para conseguir a melhor escolha, ao melhor preço, já existem diversas ferramentas que comparam num só clique milhares de preços e fazem buscas nas lojas virtuais do *Facebook* onde tais produtos estão disponíveis. São anunciados como sendo “conselheiros na compra”. Ver Eliana MENDES, *Facebook e as Marcas de Moda: Aumento das Vendas Online?* 2012, disponível em: repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/24697, que analisa o impacto das redes sociais nas vendas *online* de produtos de moda.

tempo tanto de práticas de vendas e prestação de serviços segundo o modelo do “comércio tradicional” ou, mais rigorosamente, do “estabelecimento tradicional”³⁰, bem como o recurso aos métodos mais sofisticados do “comércio eletrónico” na atualidade³¹.

Avançando com um primeiro conceito de comércio eletrónico, de acordo com a definição adotada pela OCDE e sem prejuízo das ulteriores considerações que teceremos *infra* neste texto, diremos que «o comércio eletrónico consiste na transação de bens e serviços entre computadores mediados por redes informáticas, sendo que o pagamento ou entrega dos produtos transacionados não terá que ser, necessariamente, feito através dessas redes»³².

A partir desta noção percebe-se que a distinção entre o “comércio tradicional” e o “comércio eletrónico” assenta sobretudo no *meio* (técnica de comunicação a distância) utilizado para a troca e processamento da informação entre as partes intervenientes. No primeiro, o contacto pessoal e direto entre as partes intervenientes é presencial; no segundo, a informação é transmitida eletronicamente entre os sujeitos que não se encontram na presença física e simultânea um do outro³³. Obviamente, as transações eletrónicas hoje exigem o uso de um dispositivo eletrónico fixo ou móvel, tal como, um computador (de mesa, portátil, *netbook*)³⁴ um *tablet* de ecrã tátil, um *smartphone*, um televisor de alta definição ou o recente *smartwatch*, com ligação à Internet, entendida esta como “*uma interconexão de redes que operam a ligação de vários computadores entre si*”³⁵.

No futuro, outros meios e equipamentos têm de ser considerados, sendo certo que, paulatinamente, os serviços vão convergindo do mundo físico para o mundo digital, tornando-se universalmente acessíveis a qualquer pessoa em qualquer lugar onde se encontre³⁶.

1.2. A Internet e aparecimento dos serviços em linha

A primeira manifestação de comércio eletrónico surgiu com a utilização da tecnologia - *Ele-*

³⁰ Segundo o conceito proposto pela Direção Geral Comércio Interno (DGSI), em 1989, é a «atividade comercial desenvolvida em estabelecimentos que se caracterizam pela não utilização do livre-serviço, que sejam dotados de atendimento personalizado e que privilegiem o comércio de proximidade, independente e não especializado». Este organismo, em 1995, veio substituir a expressão “comércio tradicional” por “estabelecimento tradicional”, considerando como tal os estabelecimentos ou unidades comerciais em que mais de 50% do volume de vendas é realizado através de um contacto direto entre vendedor e comprador”.

³¹ Sobre a proteção do consumidor na atualidade, ver ainda Antônio Pereira Gaio JÚNIOR, “A proteção ao consumidor como um elemento propulsor da efetividade integracionista: União Europeia e o seu modelo protetivo consumerista”. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, 2016, vol. 25, n.º 107, pp. 169-195.

³² Para a ACEPI, o “Comércio Eletrónico” é o processo resultante da compra *online* de produtos ou serviços através da Internet ou outras redes electrónicas. A condição para a compra ser considerada como Comércio Eletrónico é o facto de haver um compromisso de pagamento de determinado produto ou serviço no respetivo sistema d fornecedor através da Internet ou outras redes electrónicas.

³³ Consoante a qualidade dos sujeitos intervenientes, devemos distinguir o Comércio Eletrónico de Consumidores (B2C) do Comércio Eletrónico de Empresas (B2B). Cfr. ANACOM - *O Comércio Eletrónico em Portugal...cit.*, pp. 15ss; e Glória TEIXEIRA, *Tributação do Comércio Eletrónico*, cit., p. 3.

³⁴ Muito da evolução tecnológica referida fica a dever-se ao enorme desenvolvimento do *computador*, essa máquina fenomenal que tem vindo a revolucionar as nossas vidas. Cfr., Garcia MARQUES, Lourenço MARTINS, *Direito da Informática*. 2.ª ed. refundida e actualizada, 2006, pp. 20 ss.

³⁵ O termo Internet é a abreviatura de *Interconnected Networks* ou de *Internetwork*. V. Rui SAAVEDRA, “A Protecção Jurídica do Software e Internet”, *Coleção Témis*, n.º 12 (1998), p. 313.

³⁶ Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões: “Uma Agenda para a Europa”, Bruxelas, 19.5.2010, COM (2010) 245 final. A evolução tecnológica destes e doutros aparelhos aponta para que, em 2020, os conteúdos e as aplicações digitais sejam quase inteiramente disponibilizadas em linha.

tronic Data Interchange (EDI - intercâmbio eletrónico de dados)³⁷, que foi introduzida no final dos anos 70 do século passado e consiste essencialmente na troca de informação comercial entre empresas, segundo um modo de apresentação padronizado que utiliza para tal computadores³⁸. Esse sistema *computer-to-computer* rapidamente ingressou no comércio mundial³⁹.

Passadas duas décadas, o desenvolvimento tecnológico veio permitir a utilização de um novo meio eletrónico para a celebração de transações: a Internet⁴⁰. E foi impulsionado pela revolução da Internet que o comércio eletrónico conheceu uma expansão espetacular⁴¹. Mas o que é a Internet e como surgiu?

É já um lugar-comum dizer que a Internet é a “rede das redes”⁴². Significa que a rede, que liga mais redes de computadores, veio criar um novo ambiente de comunicação alargado ao mundo globalizado⁴³. Segundo a definição de Internet fornecida pela *Internet Society* (ISOC)⁴⁴: “A Internet é uma rede global de redes que permite a todo o tipo de computadores ligar-se e partilhar serviços de forma direta e transparente através de boa parte do mundo. A Internet (...) constitui um recurso global e partilhado de informação e conhecimento e um meio de colaboração e cooperação entre inúmeras comunidades diferentes”⁴⁵. Pese embora os seus antecedentes, primeiramente liga-

³⁷ V. Miguel Pupo CORREIA, *Direito Comercial...cit.*, p. 565; Susana LARISMA, "Contratação Electrónica". In ANACOM - *O Comércio Electrónico em Portugal - O Quadro Legal e o Negócio*. 2004, p. 169; e Francisco Carneiro Pacheco ANDRADE, "A Celebração de Contratos por EDI - Intercâmbio Eletrónico de Dados". In *Estudos em Comemoração do 10.º Aniversário da Licenciatura em Direito da Universidade do Minho*. 2003, p.297.

³⁸ É um sistema de comércio eletrónico interempresarial que se desenvolve em redes de comunicação privadas e fechadas, permitindo a troca de dados dentro de parâmetros estabelecidos por quem controla o sistema. Cfr. o artigo 2.º, alínea b) da Lei Modelo UNICITRAL sobre o comércio eletrónico, de 1996. É de notar que existem outros sistemas de comércio eletrónico similares ao EDI, tais como por exemplo o SWIFT.

³⁹ O sistema EDI foi sendo progressivamente utilizado fora das relações económicas entre empresas, estendendo-se nomeadamente aos organismos da Administração Pública. Neste sentido, v. Miguel Pupo CORREIA, *Direito Comercial...cit.*, p. 565.

⁴⁰ A respeito da Internet desde os seus primórdios, entre outros, v. Graham J.H. SMITH, *Internet Law and Regulation* 3.ª, Reimpressão 2002, pp. 1 ss; Lilian EDWARDS, Charlotte WAELDE, *Law and the internet*. 2009, p. 13 ss; Alexandre Dias PEREIRA, *Comércio Electrónico na Sociedade da Informação...cit.*; José Antonio GÓMEZ SEGAGE, Ángel FERNÁNDEZ-ALBOR, Anxo TATO PLAZA (Dirs.), *Comercio Electrónico en Internet 2001*; Giuseppe CASSANO, Iacopo Pietro CIMINO, *Diritto dell'Internet e delle Nuove Tecnologie Telematiche*. 2009; e Angela GUIASADO MORENO, *Formación y perfección del contrato en Internet*, 2004, pp.93 ss.

⁴¹ Cfr. *Uma iniciativa europeia para o comércio eletrónico* – Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social e ao Comité das Regiões (COM (97) 157 final, p. 3. Como salienta Alexandre Dias PEREIRA, *Comércio Electrónico na Sociedade da Informação...cit.*, p. 8, “com o novo ambiente digital em rede assiste-se a uma passagem do EDI para o Comércio Eletrónico na Internet. Afirma-se a economia digital das “ciberempresas” no mercado virtual da Internet. Mas, para além das empresas tecnológicas, dá-se também a migração das empresas tradicionais para o mercado eletrónico”.

⁴² Diversamente, José Augusto Sacadura Garcia MARQUES - "Telecomunicações e Protecção de Dados". In António Pinto Monteiro (Coord.) - *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação*. 1999, p. 83, entende que é muito discutível a qualificação da Internet como uma “rede” e acentua o seu carácter ambíguo, em virtude de a sua realidade nacional e internacional não se adequar exatamente à definição de “rede”.

⁴³ Como salienta, Alexandre Dias PEREIRA, "A Protecção do Consumidor ...cit.", p. 46, “a expansão da Internet, como infraestrutura global do comércio eletrónico, resulta do processo de convergência tecnológica das telecomunicações, do audiovisual e da informática. No mesmo sentido, v. João Calvão da SILVA, *Banca, bolsa e seguros...cit.*, p.101; e Vítor Leal FERREIRA, *O Comércio Electrónico em Portugal...cit.*, p. 1.

⁴⁴ Sociedade formada pelas empresas, agências governamentais e fundações que criaram a Internet e as diversas tecnologias surgidas debaixo da sua égide. Para maiores desenvolvimentos, v. *What is the Internet?*, disponível em: <http://www.isoc.org/internet/index.shtml>.

⁴⁵ Para Miguel Pupo CORREIA, *Direito Comercial...cit.*, p. 565, “não se pode afirmar com rigor que exista uma rede unitária e global de telecomunicações designada por Internet. Esta não é senão o resultado da interligação de um conjunto muito alargado de infraestruturas e redes de telecomunicações, públicas e privadas, locais, regionais e nacionais”.

dos a objetivos militares com a criação da ARPANET⁴⁶ e depois para prosseguir finalidades científicas e académicas, a Internet veio a tornar-se, a partir de 1990, um poderoso instrumento ao serviço da sociedade civil e da economia⁴⁷. Realidade a que não ficaram indiferentes os fornecedores de serviços de Internet que, rapidamente, começaram a construir a suas redes e a estabelecerem ligações de acesso próprio para fins comerciais⁴⁸.

Em 1991 foi criada a aplicação informática *World Wide Web* (WWW ou Web) que significa *Rede de Alcance Mundial*⁴⁹. A criação da Web, em associação com o aparecimento dos *browsers*, em 1993, tornaria possível que a Internet atingisse uma grande popularidade e expansão⁵⁰, criando a plataforma necessária para em 1995 surgirem os *serviços em linha*⁵¹, um dos mais relevantes serviços da sociedade da informação⁵². Os *serviços em linha* desenvolveram-se num contexto virtual interativo tornando mais fácil uma comunicação em tempo real entre os prestadores desses serviços e os seus destinatários⁵³.

A Internet tornou-se aplicável a todos os domínios de atividade e em todos os locais que estejam ligados eletronicamente⁵⁴, constituindo um novo e poderoso veículo de negócios a nível planetário⁵⁵.

1.3. O comércio eletrónico como uma ferramenta estratégica de negócios

No que diz respeito ao alcance do comércio eletrónico, podemos questionar se ainda está circunscrito, como na sua génese, às relações interempresariais diretamente relacionadas com as

⁴⁶ A Internet teve origem na ARPANET, um programa militar dos EUA iniciado em 1969 e desenvolvido pela ARPA (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa norte-americano) para criar uma rede de ligação entre computadores. Sobre as origens da Internet, o funcionamento da rede e os serviços e aplicações mais utilizados, como o correio eletrónico (uma das mais antigas aplicações que foi desenhada em 1972, ainda sobre a ARPANET), v. AAVV- *Derecho y Nuevas Tecnologías*. 2005, pp. 21 e ss.

⁴⁷ O fenómeno começou em quatro sistemas de rede, cada um localizado em centros de universidades norte-americanas. A seguir, a ARPANET foi ligada a outras redes, expandindo-se ao serviço de uma ampla comunidade académica. Em 1983, tornou-se necessária a separação entre a ARPA-INTERNET, que continuou a ser utilizada para fins científicos, e a MILNET unicamente destinada às operações militares.

⁴⁸ Para o seu desenvolvimento acelerado muito contribuiu, em 1973, a criação do protocolo de comunicação estandardizado – o TPC/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) – sobre o qual a Internet opera para permitir que todos os computadores ligados à rede possam comunicar através dela.

⁴⁹ Consiste numa trama mundial de servidores distribuídos em rede que oferecem informação em formato de hipertexto, i.e., documentos interligados por meio de *hiperligações*. Permite navegar na rede e visualizar a Web, através de motores de busca ou programas de navegação (*web browsers*) que usam palavras-chave para encontrar a informação que o utilizador pretende obter. Este *software* foi inventado por *Tim Berners-Lee* e *Robert Carilleau* para o Centro Europeu de Pesquisa Nuclear (CERN) na Suíça. Cfr. o Glossário da Sociedade de Informação, 2011.

⁵⁰ Em Portugal, a Internet começou a ser conhecida nos primeiros anos da década de 90, nomeadamente através de ações comerciais da Telepac (operador público nacional para a comunicação de dados).

⁵¹ “Em linha” é uma tradução literal do termo anglo-saxónico “*online*”, foi usada na Diretiva 96/9/CE (versão portuguesa) relativa à proteção jurídica das bases de dados, no seu Considerando 33). Estar “em linha” ou *online* significa “estar disponível ao vivo”, “conectado” ou “ligado”. No contexto da Internet, significa estar disponível para acesso imediato a uma página de Internet, em tempo real, ou estar pronto para o processamento imediato de dados ou para outra operação. O contrário, i.e., indisponibilidade de acesso à rede ou para efetuar operações, é estar “fora de linha” ou *offline*.

⁵² Refira-se que foi precisamente no ano de 1995 que a *Amazon.com* foi fundada, tornando-se rapidamente num dos maiores retalhistas de livros dos EUA e no primeiro grande símbolo do comércio eletrónico.

⁵³ As conexões entre os computadores que se estabelecem através da rede podem ter lugar por diversas vias, tais como: correio eletrónico, página *web*, conversação ou *chat-room* e vídeo.

⁵⁴ João Calvão da SILVA, *Banca, bolsa e seguros...cit.*, p. 101.

⁵⁵ José de Oliveira ASCENSÃO, "Prefácio". In ANACOM - *O Comércio Eletrónico em Portugal...cit.*, p. 5; e Vítor Leal FERREIRA, *O Comércio Eletrónico em Portugal...cit.*, p. 72. Anxo TATO PLAZA, "Aspectos Jurídicos de la Publicidad y de las Comunicaciones Comerciales en Internet". In José Antonio GÓMEZ SEGADE (Dir) - *Comercio Electrónico en Internet*. 2001, p. 188, define a Internet como um “novo meio de comunicação que permite a troca e o acesso a uma grande quantidade de informação”.

atividades comerciais (do *comércio em sentido jurídico*)⁵⁶ ou se está já disseminado por toda a sociedade e economia no seu conjunto.

Na resposta devemos considerar que, embora o comércio eletrónico tenha sido criado antes da Internet e da *Web*, foi com o aparecimento destas que se desenvolveu verdadeiramente. Se, originalmente, o comércio eletrónico visava facilitar as transações comerciais eletrónicas entre as empresas⁵⁷, progressivamente, porém, veio a beneficiar de outras inovações tecnológicas⁵⁸, alargando o seu campo de aplicação a todos aqueles que acedem à rede e a utilizam para as mais diversas finalidades.

Precisamente, a globalização dos mercados veio obrigar as empresas a repensar e modificar os seus processos empresariais por forma a adaptá-los à nova realidade emergente. Neste contexto, o comércio eletrónico desenvolveu-se como uma oportunidade para as empresas poderem chegar a novos mercados, criando uma estrutura de negócios orientada para alcançar novos públicos; converteu-se num fator fundamental de competitividade e num fortíssimo indutor de produtividade⁵⁹. Sintetizando, diremos que o comércio eletrónico passou a ser encarado como um “novo paradigma empresarial” e como uma “ferramenta estratégica para a definição dos processos de negócio”⁶⁰.

2. Aproximação ao conceito de comércio eletrónico

Na página *Web* da ANACOM⁶¹ parece acolher-se um conceito de comércio eletrónico bastante abrangente ao referir-se que o comércio eletrónico se tornou um dos principais domínios da revolução digital com que as economias e sociedades contemporâneas hoje se deparam⁶². Deste modo, o “comércio eletrónico” pode abarcar qualquer comunicação ou transação eletrónica. E, neste sentido amplíssimo, diz respeito a comunicações ou transações que tanto podem produzir-se no domínio do setor privado⁶³ como no do sector público⁶⁴.

⁵⁶ É sabido que o *comércio em sentido jurídico* abarca não apenas o comércio em sentido económico (definido como atividade de interposição na circulação dos bens ou de interposição nas trocas) mas também indústrias e serviços. V. Jorge Coutinho ABREU, *Curso de Direito Comercial*. 8.ª ed., 2012, pp. 14-16.

⁵⁷ Através da tecnologia EDI, que é para alguns a forma primitiva de comércio eletrónico.

⁵⁸ Além da tecnologia, outros fatores devem ser igualmente apontados, como é o caso da criatividade e do capital. Neste sentido, v. ANACOM – *O Comércio Eletrónico em Portugal*...cit., p. 14. A Internet veio proporcionar inovadoras formas de comércio eletrónico, neste sentido, cfr. a *Comunicação da Comissão*... cit., COM(97) 157 final, pp. 8 e 9.

⁵⁹ Álvaro DÂMASO, "Nota Introdutória". In ANACOM - *O Comércio Eletrónico em Portugal. O Quadro Legal e o Negócio*, cit., p. 1.

⁶⁰ Cfr. o *Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal*...cit., p. 60, onde o comércio eletrónico é definido como «o uso de tecnologia eletrónica nas várias componentes da atividade comercial, fazendo sentir os seus efeitos em processos empresariais tão diferentes como o estabelecimento de contacto entre o comprador e o vendedor, a publicidade e a promoção, o apoio ao cliente, a encomenda, a venda, a distribuição e a entrega».

⁶¹ ICP - Autoridade Nacional das Comunicações (ICP- ANACOM) é a entidade de supervisão central do comércio eletrónico (função que acumula com a de entidade de supervisão setorial no domínio das comunicações eletrónicas e dos serviços postais). Cfr. o art. 35.º do DL7/2014.

⁶² Comércio eletrónico é aí definido como a realização de «transações de bens e serviços entre computadores mediados por redes informáticas, sendo que o pagamento ou a entrega dos produtos transacionados não terá que ser, necessariamente, feito através dessas redes».

⁶³ Sem negar a relevância das comunicações eletrónicas no âmbito da Administração Pública e os serviços que esta pode prestar por esta via, aqui interessa-nos analisar o fenómeno exclusivamente na perspetiva das relações privadas, onde cabem tanto as relações jurídicas entre empresários (B2B) como as relações jurídicas entre empresários e consumidores (B2C), com prevalência para estas.

⁶⁴ Esteve sempre presente como objetivo político da Comissão Europeia o desenvolvimento do comércio eletrónico nas administrações públicas, encorajando o desenvolvimento de sinergias fortes entre o “comércio eletrónico” e a “administração eletrónica”. Neste sentido, cfr. *Uma iniciativa europeia para o comércio eletrónico* ...cit., 157 final.

Na doutrina, diversas definições de comércio eletrónico têm sido dadas⁶⁵, sendo reconhecido por muitos tratar-se de uma tarefa complexa⁶⁶. Gema Alejandra Botana Garcia reconhece duas vertentes no comércio eletrónico. Por um lado, “o comércio eletrónico é todo o intercâmbio de dados por meios eletrónicos relacionados ou não com a atividade comercial; mas, por outro lado, também pode ser entendido em sentido mais restrito, limitado às transações comerciais eletrónicas”⁶⁷.

Glória Teixeira defende um conceito restrito de comércio eletrónico ao considerar que “o comércio eletrónico consiste em qualquer *transação comercial* que envolva quer organizações quer indivíduos e que seja baseada no processamento e transmissão de dados por via eletrónica, incluindo texto, som e imagem”⁶⁸.

João Calvão da Silva propõe-nos um conceito amplo de comércio eletrónico que compreende os “meios de transmissão de dados que apelam a técnicas eletrónicas”⁶⁹. Também Alexandre Dias Pereira apresenta-nos um conceito lato, considerando que o comércio eletrónico «traduz-se na negociação realizada por via eletrónica, isto é, através do processamento e transmissão eletrónicos de dados, incluindo texto, som e imagem»⁷⁰.

Visto assim, o comércio eletrónico consiste no uso de uma ampla variedade de meios tecnológicos para fins contratuais ou, mais amplamente, para a *realização de operações integrantes de atividades económicas*⁷¹.

A Comissão Europeia assinala que o comércio eletrónico permite *fazer negócios por via eletrónica*⁷². E distingue dois tipos principais de atividades⁷³: *o comércio eletrónico indireto*,

⁶⁵ Miguel Pupo CORREIA, “Comércio Electrónico: Forma e Segurança”...cit., p 228, ciente das dificuldades de encontrar uma definição e da existência de inúmeras tentativas nesse sentido, utiliza a definição constante do “Guide Paper – The Challenge of Electronic Commerce”, *GUIDE International Corporation*, 1996: o comércio eletrónico é entendido como «a utilização de tecnologias de informação avançadas para aumento de eficácia de relações entre parceiros comerciais, para desenvolvimento de vendas de bens e prestações de serviços, quer entre empresas, quer ao consumidor final».

⁶⁶ V., por todos, Alexandre Dias PEREIRA, *O Comércio Electrónico na Sociedade da Informação*...cit., p. 10.

⁶⁷ Entendidas como tal a compra e venda de bens ou a prestação de serviços, atividades e negociações prévias e outras atividades ulteriores, como os pagamentos eletrónicos, mas também atividades desenvolvidas através de mecanismos que as novas tecnologias da comunicação proporcionam, como o correio eletrónico e o WWW, cfr. Gema Alejandra BOTANA GARCÍA, “Noción de Comercio Electrónico”. In Badenas Carpio (Dir.) - *Comercio Electrónico y Protección de los Consumidores*. 2001, p. 57.

⁶⁸ (Itálico nosso) Glória TEIXEIRA, *Tributação do Comércio Eletrónico*...cit., p. 4, salienta que no “comércio eletrónico” a informação é transmitida eletronicamente entre as partes, sem necessidade de um contacto pessoal.

⁶⁹ João Calvão da SILVA, *Banca, bolsa e seguros*... cit., p. 102. Sobre o âmbito de aplicação da referida Lei Modelo, cfr. o art. 2.º e o “Guia para a integração da Lei Modelo, ponto n.º 7.

⁷⁰ Alexandre Dias PEREIRA, *Serviços da Sociedade da Informação: Alguns Problemas Jurídicos do Comércio Electrónico na Internet*, 2001, p. 4. No mesmo sentido, Miguel Pupo Correia, *Direito Comercial*... cit., p. 565, considera comércio eletrónico, não apenas a celebração de contratos comerciais, correspondentes ao designado comércio tradicional, mas também as práticas contratuais entre empresas ou entre estas e consumidores e, bem assim, a utilização de meios eletrónicos de processamento e transmissão de dados para facilitar e potenciar a eficácia da comunicação entre as partes.

⁷¹ Diferentemente da lei portuguesa, a lei francesa n.º 2004-575, de 21 de junho de 2004, sobre a “confiança na economia digital”, apresenta uma definição algo restrita de comércio eletrónico no artigo 14.º, n.º 1, entendendo este: “como a atividade económica pela qual uma pessoa propõe ou garante a distância e por via eletrónica o fornecimento de bens e serviços”. Porém, no mesmo preceito, o n.º 2 vem alargar substancialmente o âmbito de aplicação do regime legal, abrangendo igualmente “os serviços que consistam em prestar informações em linha, comunicações comerciais, ferramentas de busca, de acesso e de recuperação de dados, de acesso a uma rede de comunicação ou de armazenamento de informações, *inclusive* quando não são pagos por quem os recebe”.

⁷² Fórmula que foi considerada “muito simplista” em ANACOM - *O Comércio Eletrónico em Portugal* ... cit., p. 15.

⁷³ Existem muitas outras classificações de comércio eletrónico, consoante o critério que se adote. Pode indicar-se, a título exemplificativo, as classificações que se baseiam na qualidade dos sujeitos envolvidos nas transações, no setor de atividade, na tecnologia de suporte usada ou, ainda, tendo em conta os montantes envolvidos.

que consiste na encomenda eletrónica de bens corpóreos, que continuam a ter de ser entregues fisicamente utilizando os canais tradicionais, como, por exemplo, os serviços postais; e o *comércio eletrónico direto*, que consiste na encomenda, pagamento e entrega direta (em linha) de bens incorpóreos (*software*, conteúdos recreativos) ou de serviços de informação à escala mundial⁷⁴.

Trata-se de tipos de comércio eletrónico bem distintos, contudo, nada impede que ambos sejam utilizados pelo mesmo fornecedor. Basta que esteja apetrechado com os competentes meios, isto é, um sistema organizado de vendas ou prestação de serviços por via eletrónica (loja virtual). Como sucede, por exemplo, se uma dada empresa – editora/livraria - propuser as duas modalidades de venda: a venda de um *e.book* (livro em formato digital), com prestação imediata em linha, e a venda de um livro em suporte de papel entregue em mão ou via postal no endereço do comprador ou disponibilizado nas lojas (estabelecimentos físicos) pertencentes à mesma empresa⁷⁵.

Concluimos que não existe um modelo único mas *diversos modelos* de comércio eletrónico com suficiente amplitude, dependendo das características dos intervenientes no mercado e da interação entre os mesmos⁷⁶ ou das próprias tipologias das transações⁷⁷. O comércio eletrónico, como refere a própria Comissão Europeia, em “Uma iniciativa europeia para o comércio eletrónico”, é a “a concretização da Sociedade da Informação” ou passou a ser visto como a “Sociedade da Informação na prática”⁷⁸. Devemos encarar o comércio eletrónico como um modelo integrado que possui diversas vertentes, sendo o ambiente empresarial *comercial* um dos seus mais relevantes elementos de integração, mas não seguramente o único⁷⁹. Veremos em seguida como este entendimento encontra reflexo no plano normativo.

3. O comércio eletrónico e os serviços da sociedade da informação

Procuraremos no presente título compreender o que deve entender-se por “serviços da sociedade da informação” no contexto do comércio eletrónico e da construção de um mercado interno europeu livre e coeso. Para tal é indispensável ter em conta o regime jurídico consagrado no DL 7/2004 e na Diretiva 2000/31/CE que visa estabelecer os princípios e as regras aplicáveis ao comércio eletrónico⁸⁰.

Por um lado, os princípios da livre circulação de serviços e da liberdade de estabelecimento no mercado interno, da transparência e da privacidade, bem como os princípios da equiparação e da

⁷⁴ *Uma iniciativa europeia para o comércio eletrónico...cit.*, COM (97) 157, pp. 7 e 8.

⁷⁵ Trata-se de empresas que combinam a atividade de negócio eletrónico (*online*) com a atividade em que os bens e/ou serviços são prestados em loja física (também designadas *Click and Mortar Business*, cfr. Ian C. BALLON, *E-Commerce and Internet Law*, 2010-2011, p 2.

⁷⁶ Os sujeitos intervenientes no comércio eletrónico dito *moderno* (por contraposição ao comércio eletrónico exclusivamente interempresarial) representam interesses complexos e diversificados. Nesta categoria inserem-se os profissionais que prestam os “serviços da sociedade da informação” (incluindo os *prestadores intermediários de serviços* de acesso e outros serviços) e os destinatários desses serviços (os profissionais e consumidores).

⁷⁷ Os vários modelos de organização empresarial revelam bem a evolução do comércio eletrónico neste domínio. O modelo de empresa *Click and Mortar Business*, descrito na nota anterior, representa uma evolução do modelo de organização tradicional (também conhecido como *Brick and Mortar Business*), que é utilizado para classificar as empresas da “velha economia”, isto é, empresas que realizam a totalidade das suas operações fora de linha (*offline*) e onde os contraentes realizam as transações face a face. Um terceiro modelo de organização (*Pure Player Business*) desenvolve a sua atividade exclusivamente *online*.

⁷⁸ *Uma iniciativa europeia para o comércio eletrónico...cit.* COM (97) 157, p. 31.

⁷⁹ Com desenvolvimento sobre os principais tipos de comércio eletrónico, bem como para uma análise SWOT do comércio eletrónico, v. ANACOM- *O Comércio Eletrónico em Portugal...*, cit., pp. 20 ss.

⁸⁰ Sobre estes diplomas legais, v. *supra* nota 12.

responsabilização dos prestadores de serviços, são fundamentais para assegurar o desenvolvimento do mercado único europeu⁸¹; por outro lado, os princípios da equiparação e da admissibilidade da celebração de contratos por via electrónica, a par do princípio da proteção do consumidor, enquanto destinatário dos “serviços da sociedade da informação”, visam eliminar barreiras formais e materiais ao recurso à contratação electrónica⁸².

Os diplomas referidos fixam regras, algumas com dupla natureza: *imperativas* nas relações de consumo (B2C) e *dispositivas* nas restantes situações; sendo o desenvolvimento do Mercado Interno um fim a atingir com a previsão de certas medidas. O legislador nacional, tal como as instâncias europeias, parte da definição de *serviços da sociedade da informação* para construir a disciplina jurídica do comércio eletrónico na sociedade da informação, delimitando por esta via o tipo de atividades que são abrangidas.

3.1. Contributos para a delimitação do conceito de “serviços da sociedade da informação” à luz do DL 7/2004 e da Diretiva 2000/31/CE

Nem o DL 7/2004 nem a Diretiva 2000/31/CE contêm uma definição de *comércio eletrónico*. Contudo, é possível a partir de certas disposições dos diplomas legais conhecer os seus contornos. Desde logo, através da análise das atividades por si visadas, inserindo-se o comércio eletrónico na categoria mais ampla dos *serviços da sociedade da informação*, e ainda, no tocante às diversas modalidades de comércio eletrónico, atendendo à qualidade dos *sujeitos intervenientes*. Portanto, a delimitação do âmbito do comércio eletrónico encontra-se estreitamente ligada aos domínios *objetivo* e *subjetivo* de aplicação do DL 7/2004 e da Diretiva 2000/31/CE.

3.1.1. O âmbito objetivo de aplicação e as matérias não harmonizadas

A Diretiva sobre o comércio eletrónico tem o objetivo de garantir a *livre circulação dos serviços da sociedade da informação* entre os Estados-Membros e assim contribuir para o correto funcionamento do Mercado Interno⁸³. Portanto, os “serviços da sociedade da informação” são, em última análise, o objeto primordial da Diretiva concretizados no comércio eletrónico⁸⁴.

Para compreendermos o alcance objetivo da diretiva, devemos ter presente que, embora se intitule “Diretiva sobre o Comércio Eletrónico”, a verdade é que não regula *todo* o comércio eletrónico. Ficaram por harmonizar certas matérias, como resulta desde logo do seu art. 21.^{o85}. Algumas dessas matérias e atividades dizem respeito, nomeadamente, à matéria fiscal, à disciplina da concorrência, à proteção da privacidade, aos jogos de fortuna, à atividade notarial e outras equipa-

⁸¹ Previstos nos arts. 3.º, n.º 3; 4.º; 5.º; 10.º; 12.º-17.º; 21.º; 23.º e 28.º do DL 7/2004.

⁸² Cfr. os arts 25.º, 26.º e 28.º do DL 7/2004.

⁸³ Considerando 8) e art. 1.º, n.º 1, da Diretiva 2000/31/CE.

⁸⁴ A própria Diretiva 2000/31/CE o refere no seu título. Para João Calvão da SILVA - *Banca, bolsa e seguros...cit.*, p. 104, é “justificada a unificação de tratamento conjunto de ambos os temas”. Note-se que “comércio eletrónico” é aqui empregue no sentido de abranger tanto o que é realizado através da tecnologia EDI, que se serve de circuitos fechados interempresariais, como o que diz respeito às transações que se desenvolvem através da rede aberta da Internet.

⁸⁵ Tratando-se como se trata de uma Diretiva que visa uma harmonização mínima, não surpreende que questões relacionadas com o comércio eletrónico não sejam abordadas na Diretiva que «deixa amplas zonas em aberto ou porque fazem parte do conteúdo de outras diretivas ou porque não foram consideradas suficientemente consolidadas para uma harmonização comunitária ou, ainda, porque não carecem desta». No mesmo sentido, cfr. o n.º 1 do Preâmbulo do DL 7/2004.

radas⁸⁶. Porém, além dos “serviços da sociedade da informação”, a Diretiva regula ainda alguns aspetos da “contratação eletrónica”, independentemente de esta incidir ou não sobre os referidos serviços, ainda que não o afirme categoricamente no seu articulado⁸⁷.

A Diretiva também não é clara quanto ao âmbito em que regula os contratos celebrados por meios eletrónicos⁸⁸. Podemos questionar se pretende abranger todo e qualquer contrato seja de natureza civil ou comercial. José de Oliveira Ascensão, perante a ambiguidade da Diretiva e considerando que esta regula o *comércio* eletrónico, entende que “só o comércio poderia estar previsto” (com extensão, embora, aos contratos “empresariais” e profissionais), além de que “só ao comércio se estendem os poderes de harmonização comunitária, não ao Direito Privado Comum”. Porém, acrescenta o mesmo A.: “Cremos que essa liberdade existe. Mas isso não impede que se justifique que a lei portuguesa tenha seguido a orientação de adoptar uma orientação comum em todo o âmbito da contratação eletrónica”⁸⁹.

Com efeito, o DL 7/2004 é uma lei horizontal (na sequência da Diretiva) que regula alguns aspetos dos contratos celebrados por via eletrónica *quaisquer que sejam as normas substantivas aplicáveis aos mesmos*. Como é afirmado logo no Preâmbulo, matérias como a contratação eletrónica «só tem sentido regular como matéria de direito comum, e não apenas comercial». No articulado, os termos muito amplos do art. 24.º: «todo o tipo de contratos...sejam ou não qualificáveis como comerciais», e as exclusões taxativas previstas no art. 25.º, n.º 2, de *alguns* contratos de natureza civil, permitem concluir *a contrario* que estão abrangidos todos os restantes.

Sobre a questão da comercialidade dos contratos eletrónicos, e partilhando a tese sustentada por um setor relevante e maioritário da doutrina, entendemos que é de admitir a comercialidade dos atos mistos (atos de comércio unilaterais)⁹⁰: os contratos celebrados entre um profissional e um consumidor (B2C). A maioria das normas na Internet está pensada para a contratação mercantil, a que é realizada no quadro da atividade económica das empresas, neste caso os “prestadores de serviços” da sociedade da informação. Assim, os contratos serão comerciais se neles intervier, pelo menos, um prestador de serviços como sujeito que atua na esfera da sua atividade profissional ou empresarial. Serão contratos civis os contratos eletrónicos - P2P (*peer to peer*) - em que

⁸⁶ Cfr. o art.1.º, n.º 5, da Diretiva 2000/31/CE, que foi transposto pelo art. 2.º, n.º 1, do DL 7/2004. As exclusões aqui previstas são *imperativas*, sob pena de a Diretiva não se poder considerar transposta, e *totais*, na medida em que o preceito visa a não aplicação de *todas* as normas do diploma a determinadas atividades e matérias. Contrariamente, as exclusões previstas nos arts. 6.º e 25.º, n.º 2, do DL 7/2004 são meramente parciais. Sobre as exclusões aqui referidas, v. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA - *Lei do Comércio Eletrónico Anotada*. 2005, pp. 22 e 92.

⁸⁷ Cfr. o art. 1.º, n.º 2, da Diretiva 2000/31/CE. Diferentemente, a lei espanhola sobre os serviços da sociedade da informação, que procedeu à transposição da Diretiva em Espanha, a Ley 34/2002, de 11 de julho, refere com toda a clareza, logo no seu art.º 1.º n.º 1, que a lei regula os serviços da sociedade da informação e a contratação por via eletrónica.

⁸⁸ Art. 9.º, n.º 1, da Diretiva 2000/31/CE.

⁸⁹ José de Oliveira ASCENSÃO, "Introdução à Perspectiva Jurídica ". In ANACOM - *O Comércio Electrónico em Portugal...*cit., p. 112. V. ainda o mesmo A. ("A Sociedade Digital e o consumidor" ...cit., p. 140), em 2009, considerando que "a directriz comunitária é aqui contraditória (como o são também os considerandos sobre esta matéria), pois fala em *comércio* eletrónico mas exclui da obrigatoriedade do regime instituído alguns negócios irredutivelmente civis, no art. 9.º, n.º 2, alíneas c) e d). Já para António Meneses CORDEIRO, *Tratado de Direito Civil II - Parte Geral, Negócio Jurídico*. 4.ª ed., 2014, p. 355, "é patente a natureza civil desta matéria, em consonância com as regras básicas do Código Civil".

⁹⁰ São *unilateralmente comerciais* os atos cuja comercialidade se verifica só em relação a uma das partes, cfr. Jorge Coutinho ABREU, *Curso de Direito Comercial...*cit., pp. 92-93; José A. Engrácia ANTUNES, "Contratos Comerciais. Noções Fundamentais". *Direito e Justiça*. Vol. Especial (2007), p. 149.

as partes atuam à margem da sua atividade profissional ou empresarial⁹¹.

Portanto, as normas reguladoras da contratação eletrónica, constante do Cap. V do DL 7/2004, não esgotam a disciplina dos contratos celebrados por meios eletrónicos; esta é complementada, não apenas pelo Direito Privado Comum⁹² mas também pelos regimes dos contratos celebrados a distância com consumidores⁹³, dos documentos eletrónicos e da assinatura digital⁹⁴, bem como o restante acervo do Direito do Consumidor, eventualmente aplicável a estes contratos⁹⁵.

Poderá questionar-se se não teria sido preferível tratar esta *matéria comum*⁹⁶ em sede própria, isto é, no Código Civil, como aliás sucedeu em França e na Alemanha, em vez de a inserir a par da regulamentação *dos serviços da sociedade da informação* e dos *prestadores de serviços* com os seus princípios norteadores próprios⁹⁷.

Esta solução seria apoiada no facto de a disciplina abrangida pelo Cap. V do DL7/2004, sobre os contratos celebrados por via eletrónica ou informática, apenas incidir sobre as “questões concretas suscitadas em razão do específico meio utilizado”⁹⁸ e não pretender ocupar-se, por não ser necessário, de *todo* o regime jurídico. Como veremos, o DL 7/2004 consagra alguns princípios basilares da contratação eletrónica e estabelece uma ou outra regra de natureza técnica. Seria esse reduzido conjunto normativo que poderia ser integrado na teoria do negócio jurídico⁹⁹.

Ainda uma palavra respeitante ao sentido a adotar para este efeito do termo “comercial”. Atente-se que embora a generalidade das atividades que dão corpo ao comércio eletrónico te-

⁹¹ Francesco BUFFA, "Commercio Elettronico e Contratto Telematico". In TOMMASI - *Contratti e Tutela dei Consumatori*. 2007, p. 283.

⁹² Susana LARISMA, "Contratação Electrónica". In ANACOM - *O Comércio Electrónico em Portugal...cit.*, p. 158.

⁹³ José de Oliveira ASCENSÃO, "Contratação Electrónica". In DSI, Vol. IV, 2003, pp. 45-47, defende que “a aplicação complementar da Directriz 97/7 não pode deixar de se verificar no que respeita à celebração de contratos eletrónicos”. A revogação desta Directiva pela Directiva 2011/83/UE não prejudica a afirmação, pois que esta, regulando os contratos celebrados a distância por qualquer meio de comunicação a distância, é igualmente de aplicação subsidiária aos contratos celebrados por via eletrónica. E o mesmo vale para o regime do DL 95/2006 relativo à comercialização a distância de serviços financeiros.

⁹⁴ O DL 290/99, de 2 de agosto.

⁹⁵ Cfr. o Considerando 11) e o art. 1.º, n.º 3, da Directiva. No direito interno, este acervo, que proliferou e se encontra disperso por múltiplos diplomas avulsos, sem unidade e coerência, muito beneficiaria se fosse integrado num corpo sistematizado e coerente - *no Código do Consumidor* -, projeto que importa recuperar e levar por diante.

⁹⁶ No texto referimo-nos estritamente ao regime constante do Cap. V do DL 7/2004 relativo à contratação eletrónica. Porém, uma crítica mais abrangente é apontada por Alexandre Dias PEREIRA, "Princípios do Comércio Electrónico". In *Miscelâneas*. 2004, pp. 78-79, considerando que, na transposição da Directiva para o direito português, foi seguida “a técnica do legislar avulso adotando um instrumento legislativo especial, ao invés de introduzir alterações na legislação vigente, em especial nos Códigos. Esta é, de resto, uma técnica já com tradições firmadas na legislação portuguesa sobre matérias informáticas, ainda que a nosso ver não represente a melhorsolução”.

⁹⁷ Sobre a opção de o legislador português, na transposição da Directiva, afastar “soluções mais amplas e ambiciosas” para a regulação do comércio eletrónico, v. Preâmbulo do DL 7/2004. A propósito da transposição, José de Oliveira ASCENSÃO, "Bases para uma Transposição da Directriz n.º 00/31, de 8 de Junho (Comércio Electrónico)". In *Relatório, Conclusões e Pareceres da Comissão de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias*. 2003, p. 3320 (41), considera que “a contemporaneidade desta Directriz com a directriz sobre direitos de autor e conexos na sociedade da informação poderia ter dado a oportunidade ao projecto ambicioso do Código da Informática, que reduzisse a sistema coerente toda uma pluralidade de regulações dispersas. A não se seguir por este caminho, poderia ter-se procedido à integração das várias matérias constantes da Directriz nos diplomas a que respeitassem”; acrescentando o A. que “asseguraria a coerência das soluções e garantiria a exactidão da inserção sistemática”, nomeadamente a integração das matérias da contratação eletrónica e da responsabilidade dos prestadores de serviços, atenta a sua natureza de Direito Privado Comum, no próprio Código Civil”.

⁹⁸ A expressão entre aspas é de Susana LARISMA, "Contratação Electrónica". In ANACOM - *O Comércio Electrónico em Portugal... cit.*, p. 158.

⁹⁹ A propósito, António Meneses CORDEIRO, *Tratado de Direito Civil II...cit.*, p. 355, considera que “tudo isto ficaria mais claro se obtivesse uma codificação condigna na lei civil geral. Não recomendamos, todavia, mexidas na lei civil, sem uma muito cuidada preparação”.

nham natureza comercial, no sentido jurídico do termo, sendo *inclusive* algumas delas novas¹⁰⁰, o termo “comercial” não é contudo neste contexto totalmente equivalente a *direito comercial eletrônico*¹⁰¹.

A Diretiva 2000/31/CE não se restringe à atividade tradicionalmente qualificada como “comercial ou mercantil”¹⁰². Desde logo, prevê que aspetos jurídicos do tráfego eletrónico possam ser realizados por pessoas (não comerciantes) que exerçam profissões regulamentadas, como é o caso dos profissionais liberais¹⁰³. Portanto, estas atividades, que não são certamente atividades comerciais, são abrangidas pela Diretiva e integram a noção de “serviços da sociedade da informação”, podendo ser qualificadas como pertencentes ao domínio amplo do comércio eletrónico¹⁰⁴.

Temos afirmado que o comércio eletrónico integra o domínio amplo dos “serviços da sociedade da informação”¹⁰⁵. Todavia, importa reter que nem todas as ações que têm lugar no quadro de uma operação de comércio eletrónico podem ser qualificadas como um “serviço da sociedade da informação”¹⁰⁶. Por exemplo: uma editora *online* que venda um DVD, através da página *Web* que criou para esse efeito, presta um serviço da sociedade da informação, contudo, o *envio físico* via postal (*offline*) do referido DVD não é considerado um serviço da sociedade da informação, porque não é realizado por *via eletrónica*¹⁰⁷. Outro exemplo decorre da utilização do correio eletrónico (ou equivalente) por pessoa singular que atue *fora da sua atividade profissional*: não é tal atuação um “serviço da sociedade da informação”, embora a atividade se integre no comércio eletrónico¹⁰⁸. Para a compreensão das situações apresentadas, vejamos em seguida o significado legal de “serviço da sociedade da informação” e como se articula o comércio eletrónico no jogo com a sociedade da informação¹⁰⁹.

¹⁰⁰ Sirvam de exemplos as atividades dos prestadores de serviços da Internet que operam os servidores que permitem o acesso à rede, a transmissão de mensagens, o armazenamento temporário ou o alojamento de páginas, entre outras. Para Alexandre Dias PEREIRA, "Princípios do Comércio Electrónico"...cit., p. 79, n. 6, «poder-se-á sustentar a comercialidade jurídica desta actividade por analogia *iuris* com um princípio geral da comercialidade do sector terciário».

¹⁰¹ Alexandre Dias PEREIRA, "Princípios do Comércio Electrónico"...cit., p. 78. Sobre a noção de comércio eletrónico e suas modalidades, v. *Uma iniciativa europeia para o comércio eletrónico* (COM 97), 157 final.

¹⁰² Hugo Ramos ALVES, "Nótula sobre a Venda à Distância e a Limitação Contratual da Responsabilidade dos Prestadores de Serviços em Rede". In *Liber Amicorum Mário Frota. A Causa dos Consumidores*. 2012, p. 276.

¹⁰³ Nos termos do n.º 1 do art. 23.º do DL 7/2004, as comunicações publicitárias a distância por via eletrónica em profissões regulamentadas (p. ex. os advogados, engenheiros, médicos, entre outros) são permitidas mediante o estrito cumprimento das regras deontológicas de cada profissão, nomeadamente as relativas à independência e honra e ao sigilo profissionais, bem como à lealdade para com o público e dos membros da profissão entre si.

¹⁰⁴ Neste sentido, v. Alexandre Dias PEREIRA, "Princípios do Comércio Electrónico"...cit., p. 78, n.º5; José de Oliveira ASCENSÃO - "Introdução à Perspectiva Jurídica". In ANACOM - *O Comércio Electrónico em Portugal...* cit., p.112.

¹⁰⁵ Angela GUISTADO MORENO, *Formación y perfección...*cit., p. 55, partindo do critério da onerosidade da transação, salienta que não existe uma equivalência em termos absolutos entre serviços da sociedade da informação e comércio eletrónico, em virtude de aos primeiros corresponder uma realidade mais ampla (podem ser onerosos e gratuitos) do que a que corresponde ao puro comércio eletrónico, que por natureza terá carácter oneroso. Não podemos concordar inteiramente com este entendimento dado que a onerosidade não é para nós critério qualificador de nenhuma das realidades em confronto. Mas estamos de acordo com a citada A. quanto à afirmação de que “não há inteira equivalência entre ambos os conceitos”.

¹⁰⁶ Inserida embora no conceito amplo de comércio eletrónico, a administração pública eletrónica (governo eletrónico) fica fora do âmbito dos serviços da sociedade da informação.

¹⁰⁷ Cfr. o Anexo I do DL58/2000. É o exemplo típico do chamado *comércio eletrónico indireto*, que combina as componentes digital e física da atividade. Em rigor, trata-se de uma operação mista ou híbrida com a consequência prática de o regime do DL 7/2004 ser apenas aplicável à parte digital. Diferentemente, Hugo Ramos ALVES - "Nótula sobre a Venda à Distância ...cit., p. 276, considera que “o comércio eletrónico indireto não é abrangido quer pela Directriz quer pelo Decreto-Lei interno que operou a sua transposição”.

¹⁰⁸ Cfr. o Considerando 18) da Diretiva 2000/31/CE.

¹⁰⁹ A definição do que é entendido por “serviços da sociedade da informação” tem importância fundamental porque «recorta o tipo de atividade que fica sujeito ao regime estabelecido no diploma»; ao mesmo tempo e para o mesmo efeito, deve ser

3.1.2. Conceito de “serviço da sociedade da informação”

Ao contrário do DL 7/2004, a Diretiva opta por não definir diretamente o que entende por “serviço da sociedade da informação” no seu articulado, remetendo no seu art. 2.º, alínea a), para o conceito de “serviço da sociedade da informação” previsto no art. 1.º, n.º 2, alínea a), da Diretiva 98/34/CE¹¹⁰, nos seguintes termos: «qualquer serviço prestado normalmente mediante remuneração, a distância, por via eletrónica e mediante pedido individual de um destinatário de serviços»¹¹¹.

Não obstante, a Diretiva 2000/31/CE acaba por fazer referência à noção de “serviço da sociedade da informação” no Considerando 17): «qualquer serviço prestado a distância, normalmente a título oneroso, por meio de equipamento eletrónico para o processamento e armazenamento de dados, e a pedido expresso do destinatário do serviço». Por outro lado, o Considerando 18) vem concretizar alguns “serviços”, descrevendo um vasto leque de atividades económicas que se desenvolvem em linha, ao mesmo tempo que enumera algumas atividades que não são consideradas serviços da sociedade da informação¹¹².

No seguimento da definição do direito comunitário, o DL 7/2004, define “serviço da sociedade da informação” como: «qualquer serviço prestado a distância por via eletrónica, mediante remuneração ou pelo menos no âmbito de uma atividade económica, na sequência de pedido individual do destinatário»¹¹³. Desta definição resultam quatro elementos: (1) um serviço prestado a distância, ou seja, sem a presença física simultânea das partes¹¹⁴; (2) prestado por via eletrónica, no sentido de um serviço enviado desde a origem e recebido no destino através de instrumentos eletrónicos de processamento; (3) mediante *pedido individual* de um destinatário de serviços; e (4) mediante *remuneração* ou, não havendo remuneração, que seja prestado no âmbito de uma *atividade económica*.

tido em conta o disposto no Considerando 18), na medida em que «delimita negativamente a noção de serviços da sociedade da informação» ao excluir diversas atividades, como assinala Alexandre Dias PEREIRA, "Princípios do Comércio Eletrónico", cit., p. 82, n.9.

¹¹⁰ Do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de junho de 1998, relativa a um procedimento de informação no domínio das normas e regulamentações técnicas e das regras relativas aos serviços da sociedade da informação, que foi transposta para o direito nacional pelo DL 58/2000, de 18 de abril. A mesma definição resulta da Diretiva 98/48/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de novembro, relativa à proteção jurídica dos serviços que se baseiem num acesso condicional.

¹¹¹ Note-se que esta noção não se limita exclusivamente aos serviços prestados através da Internet, pois deve entender-se que inclui também os serviços que sejam prestados através de qualquer outra rede de comunicações eletrónicas, segundo o princípio da neutralidade tecnológica nas transações eletrónicas. Contudo, a Internet é o *meio tecnológico paradigmático* de que na atualidade se serve o comércio eletrónico, sendo nessa sede que se desenrolam as situações e os problemas a debater.

¹¹² Como salienta Alexandre Dias PEREIRA, "A Protecção do Consumidor...cit., p. 58, a Diretiva não fornece diretamente definição de “serviços da sociedade da informação” mas vem delimitar quer pela positiva quer pela negativa os contornos do referido conceito na sua parte preambular.

¹¹³ Art. 3.º, n.º1, do DL 7/2004.

¹¹⁴ Uma das partes é necessariamente o “prestador de serviços”, que é definido de forma abrangente como «qualquer pessoa, singular ou coletiva, que preste um serviço do âmbito da sociedade de informação», art. 2.º, alínea b) da Diretiva 2000/31/CE. No DL 7/2004, o legislador nacional refere-se ainda ao “prestador intermediário de serviços” (art. 4.º, n.º5) como «aquele que presta serviços técnicos para o acesso, disponibilização de informações ou serviços em linha independentes da geração da própria informação ou serviço». Portanto, devemos distinguir duas categorias de prestadores: os prestadores que oferecem serviços finais e os prestadores que oferecem serviços instrumentais para a atuação em rede, tais como o transporte de mensagens, o acesso à rede, a armazenagem intermédia ou definitiva em servidor, entre muitos outros. Estes últimos são prestadores intermediários entre o fornecedor dos conteúdos e o seu destinatário.

O legislador nacional parte desta definição para regular “certos aspetos legais ” do comércio eletrónico no mercado interno e daqui advém a sua grande relevância na economia deste estudo¹¹⁵.

3.1.3. As atividades visadas pelo conceito de “serviços da sociedade da informação”

Os “serviços da sociedade da informação” cobrem uma grande variedade de atividades económicas, como é afirmado na Diretiva. Vejamos quais são essas atividades. Nos termos do Considerando 18) da Diretiva, as atividades vão desde a celebração de contratos de compra e venda de bens e de prestação de serviços por via eletrónica, às comunicações publicitárias em linha, à prestação em linha de serviços financeiros¹¹⁶, até à organização e gestão de leilões por meios eletrónicos¹¹⁷. Muito frequente é o fornecimento e prestação em linha de produtos multimédia, sendo de destacar os que dizem respeito aos serviços de transmissão de programas de *software*, música, vídeo a pedido ou jogos¹¹⁸.

O acesso a bases de dados eletrónicas em linha é igualmente um “serviço típico da sociedade da informação”¹¹⁹. Atividades de grande importância são ainda os serviços de acesso e de comunicação fornecidos pelos “prestadores intermediários técnicos”¹²⁰.

Também são dignas de menção as atividades que consubstanciem serviços fornecidos gratuitamente em linha, dado que a ausência de remuneração da prestação do “serviço da sociedade da informação” não é obstáculo à sua qualificação como tal¹²¹. Deve entender-se incluída nesta categoria qualquer *atividade económica* desenvolvida a distância por meios eletrónicos, independentemente de esta ser remunerada ou não, portanto, não pressupondo em todos os casos a obrigação do destinatário pagar o serviço prestado¹²². Serve o exemplo da publicidade que é veiculada através da Internet, a qual é evidentemente gratuita para os destinatários, mas não deixa por isso de ser um “serviço da sociedade da informação”¹²³.

E o que dizer dos *meios* que permitem a celebração de contratos por via eletrónica: poderá considerar-se a atividade, tendente a assegurar esses meios, inserida na designação ampla de “serviços da sociedade da informação”?

Concretamente, estão aqui em causa os serviços que visam proporcionar um *meio* ou *meios*

¹¹⁵ José de Oliveira ASCENSÃO, "Contratação Electrónica"...cit., p. 50, considera esta definição de grande amplitude de tal modo que “qualquer exercício de comércio eletrónico em rede é um serviço da sociedade da informação”.

¹¹⁶ João Calvão da SILVA, *Banca, Bolsa e Seguros...* cit., p.105, assinala que “não existe dúvida alguma quanto à aplicação da Diretiva 2000/31/CE e do DL 7/2004 à prestação de serviços financeiros em linha, sem prejuízo de futuras iniciativas no sector”. E acrescenta o mesmo A. que “as regras aplicáveis às compras e vendas transfronteiras *online* de serviços financeiros são as do Estado-Membro em que está estabelecido o prestador (princípio do país de origem, princípio do lugar de estabelecimento)”.

¹¹⁷ ANACOM, *O Comércio Eletrónico em Portugal...*cit., p. 129, n.56.

¹¹⁸ A comercialização destes produtos eletrónicos, em que toda a atividade é desenvolvida na rede (comércio eletrónico direto), incluindo a própria distribuição e, eventualmente, o consumo, é muito justamente considerada o *ex libris* do comércio eletrónico. Neste sentido, cfr. o Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal cit., p. 61.

¹¹⁹ Alexandre Dias PEREIRA, "A Protecção do Consumidor..."cit., p. 50 e, em especial, a n. 18, sobre a proteção das bases de dados eletrónicas, bem como dos respetivos programas de computador.

¹²⁰ Cfr. o art. 4.º, n.º 5, do DL 7/2004.

¹²¹ As comunicações publicitárias em rede são serviços da sociedade da informação previstos nos arts. 20.º a 23.º do DL 7/2004. Igualmente, no Considerando 29) da Diretiva 2000/31/CE é admitida a prestação de serviços gratuitos em linha.

¹²² Cfr. o art. 3.º, n.º 1, do DL 7/2004

¹²³ Outros exemplos podem ser dados, como a prestação de informações em linha, a consulta de bases de dados, os jornais eletrónicos e os *chats* de conversação, os quais não conduzem propriamente à celebração de contratos.

de comunicação eletrónicos para a celebração de contratos, isto é, meios que possibilitem o estabelecimento de um sistema de vendas a distância nas páginas *web* ou que permitam o envio de um pedido em linha. Neste caso, o *serviço* do qual beneficia o destinatário consiste na criação de um mecanismo pelo prestador de serviços que vai possibilitar ao destinatário a realização de uma encomenda¹²⁴. Os meios eletrónicos postos à disposição dos intervenientes nas comunicações da sociedade da informação tornam possível a prestação de toda a espécie de serviços em rede e, especificamente, a celebração de contratos por via eletrónica, pelo que não restam dúvidas acerca da admissibilidade da referida atividade nos “serviços da sociedade da informação”.

Ainda neste contexto, surge a questão de saber se poderá ser considerada como um “serviço da sociedade da informação” a simples *emissão de uma proposta contratual*. Por *simples emissão* pretende-se significar a emissão de uma proposta de um prestador de serviços não inserida num mecanismo ou processo de encomenda organizado para a prestação de “serviços da sociedade da informação”.

A resposta tem importância pois uma resposta negativa implicaria que a comunicação de uma proposta por correio eletrónico ou a publicação de uma proposta em linha não acompanhada de um procedimento de encomenda não poderia ser qualificada de “serviço da sociedade da informação”; o que teria como consequência que o autor da proposta também não poderia ser qualificado de “prestador de serviços” e, conseqüentemente, não teria de respeitar as *obrigações de informação e de transparência* previstas no regime do DL7/2004 para a celebração de contratos eletrónicos.

Em rigor, tomando como referência uma definição de “serviço” *stricto sensu*, o facto de alguém apresentar uma proposta contratual não seria em princípio qualificado de prestação de serviço, uma vez que tal não implicaria nem uma prestação de serviço nem o resultado de uma ação. No entanto, a Diretiva 2000/31/CE parece aceitar que esta atividade seja considerada como um “serviço da sociedade da informação”. Assim, embora no Considerando 18) da Diretiva 2000/31/CE sejam expressamente excluídos dos “serviços da sociedade da informação”, os serviços resultantes «da utilização do correio eletrónico ou de comunicações individuais, por parte de pessoas singulares, agindo fora da sua atividade comercial, empresarial ou profissional, incluindo a sua utilização para celebrar um contrato», já poderá constituir um “serviço da sociedade da informação” se o correio eletrónico for utilizado para *fins profissionais*.

Esta conclusão é corroborada pela análise das normas da Diretiva 2000/31/CE relativas à conclusão de contratos, valendo também em face das disposições (homólogas) do DL 7/2004. Efetivamente, *certas obrigações de informação* a cargo de prestador de serviços em rede são aplicáveis ainda que os contratos sejam celebrados exclusivamente através de correio eletrónico ou outro meio de comunicação individual entre empresas ou nas relações que se estabelecem entre um consumidor e um fornecedor. Tal é o caso da obrigação de fornecimento ao destinatário dos termos contratuais e das condições gerais em condições que permitam o seu armazenamento e reprodução (art. 31.º, n.º 1, do DL 7/2004)¹²⁵. A disposição que determina o momento da receção da encomenda é igualmente aplicável aos contratos celebrados mediante correio eletrónico (resultante

¹²⁴ Esta é a atividade principal visada pelos arts. 27.º a 29.º do DL 7/2004 (cfr. os arts. 10.º e 11.º da Diretiva 2000/31/CE).

¹²⁵ Cfr. o art. 10.º, n.º 3, da Diretiva 2000/31/CE.

da articulação dos arts. 30.º e 31.º, n.º2, do DL 7/2004)¹²⁶, bem como as obrigações de identificação do prestador de serviços e as obrigações de transparência acerca do preço (art 10.º do DL 7/2004)¹²⁷.

Portanto, se se admite que, no âmbito dos “serviços da sociedade da informação”, uma ordem de encomenda dirigida a um prestador de serviços seja feita através de correio eletrónico por um profissional ou por um consumidor, teremos de aceitar que o simples facto de um prestador de serviços propor a conclusão de um contrato é equiparável a um tal serviço.

Todavia, quando o contrato é celebrado por correio eletrónico ou por outro meio de comunicação individual equivalente *apenas* a proposta contratual do prestador do serviço é que poderá ser qualificada como uma atividade de prestação de “serviço da sociedade da informação”.

Quando a proposta é feita em linha, recaem sobre o prestador de serviços as obrigações de informação e de transparência previstas nos arts. 28.º e 29.º do DL 7/2004, relativas ao arquivamento eventual do contrato, a língua ou línguas propostas para a celebração do contrato, a identificação do autor da proposta, as obrigações de transparência sobre o preço e o envio do aviso de receção da encomenda¹²⁸. Estas informações são essenciais para permitir, num contexto caracterizado pela distância física das partes, pela opacidade das redes e pela desmaterialização das declarações negociais, ao destinatário da proposta exprimir um consentimento informado.

De igual modo, no caso de oferta em linha ou comunicada por correio eletrónico, é incontestável a necessidade de assegurar que as condições contratuais comunicadas possam ser conservadas e reproduzidas, até para garantir a prova da sua existência.

Em face do exposto podemos concluir que não são impostas ao prestador de serviços as exigências dos arts. 27.º a 29.º do DL 7/2004 nos contratos celebrados por via individual, isto é, celebrados *não em linha (offline)*, mas nada impede que um contrato individual seja proposto por um prestador de serviços e fique sujeito às demais disposições do DL 7/2004¹²⁹. Consequentemente, apenas serão excluídos do conceito de “serviço da sociedade da informação” os contratos individuais (através de correio eletrónico ou outro meio equivalente de comunicação individual) utilizados por pessoas singulares para fins particulares, isto é, alheios à sua atividade comercial, empresarial ou profissional¹³⁰.

3.1.4. As atividades excluídas do âmbito dos “serviços da sociedade da informação”

Para acabar de traçar os contornos do conceito de “serviço da sociedade da informação”, resta referir que certas atividades não são consideradas “serviços da sociedade da informação” e estão, por isso, excluídas do âmbito de aplicação do regime legal, designadamente, os serviços que constam do Anexo ao DL 58/2000, com ressalva dos serviços contemplados nas alíneas c), d) e e), do n.º

¹²⁶ Esta interpretação decorre da leitura combinada do art. 11.º, n.º 1, 2.º travessão, e do n.º 3, do mesmo art. da Diretiva 2000/31/CE.

¹²⁷ As quais devem ser disponibilizadas permanentemente em linha. Cfr. o art. 5.º, ns.º 1 e 2, da Diretiva 2000/31/CE.

¹²⁸ Arts. 28.º e 29.º do DL 7/2004.

¹²⁹ Esta proposta individual, feita através de correio eletrónico, naturalmente também fica submetida ao regime dos contratos celebrados a distância com consumidores e aos deveres de informação aí previstos, nos termos do DL 24/2014, de 14 de fevereiro.

¹³⁰ Considerando 18) da Diretiva 2000/31/CE.

1¹³¹.

Percorrendo os três números e as diversas alíneas do Anexo (exceto as alíneas ressalvadas), podemos concluir que *todos* os serviços aí descritos, de um modo ou de outro, sempre estariam excluídos pela simples aplicação do conceito de “serviços da sociedade da informação”, nos termos da interpretação que fizemos acima dos seus quatro elementos constitutivos. O que significa que estes serviços estariam afastados *por definição*¹³². Contudo, reconhecemos que tal elenco tem utilidade, ainda que não seja exaustivo.

Pelos exemplos que fornece, parece-nos que contribui para a compreensão e clarificação dos diversos elementos do conceito de “serviço da sociedade da informação”, que, como vimos, nem sempre se apresentam inequívocos e claros. Por isso, vamos determo-nos um pouco mais na análise do citado Anexo e aqui referir com exemplos as situações que nele estão previstas.

As alíneas *a) e b)*, do n.º 1, do Anexo visam, respetivamente, os *serviços “ponto a multiponto”* e os serviços de radiodifusão sonora e de radiodifusão televisiva. Estes serviços são excluídos por não cumprirem o elemento do conceito relativo a *pedido individual do destinatário*¹³³.

Os serviços referidos no n.º 2 do Anexo não são “serviços da sociedade da informação” por serem prestados na presença física do prestador e do destinatário e não observarem por esse facto o elemento *a distância*, ainda que a sua prestação implique a utilização de dispositivos eletrónicos. Por exemplo: os exames e tratamentos realizados num consultório médico mediante equipamentos eletrónicos, encontrando-se presentes fisicamente o médico e o paciente [alínea *a)*]; ou a disponibilização de jogos eletrónicos a um utilizador fisicamente presente num salão de jogos [alínea *d)*].

Por fim, o n.º 3 do Anexo enumera três conjuntos de serviços [alíneas. *a), b) e c)*] que são excluídos por terem em comum a circunstância de *não serem fornecidos por via eletrónica*. Tal é o caso, nomeadamente, de serviços cujo conteúdo é material mas que se servem de aparelhos eletrónicos, como a distribuição automática de notas de banco e bilhetes de comboio; e o acesso às redes rodoviárias com dispositivos de portagem eletrónicos e parques de estacionamento automatizados, mediante pagamento [alínea *a)*].

Pelas mesmas razões, não são “serviços da sociedade da informação” os *serviços offline* que consistam em atividades de entrega de mercadorias e de prestação de serviços, como, por exemplo: a distribuição de CD-ROM ou *software* em *disquettes* [alínea *b)*].

Outro conjunto de exclusões diz respeito aos serviços *não fornecidos por intermédio de sistemas eletrónicos de armazenagem e processamento de dados*, tais como: os serviços de telefonia vocal, telecópia e telex e os serviços prestados por estas vias; o *marketing* direto por telefone ou telecópia; os serviços decorrentes de uma relação contratual entre assalariado e a sua entidade patronal, bem como as atividades que, pela sua própria natureza, não podem ser exercidas a

¹³¹ Cfr. o art. 2.º, n.º 2, do DL 7/2004.

¹³² MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, *Lei do Comércio Eletrónico Anotada...*cit., p. 26.

¹³³ Os serviços de radiodifusão não resultam de pedido individual do destinatário. V. neste sentido Alexandre Dias PEREIRA, "A Protecção do Consumidor..."cit., p. 51, n.19.

distância e por meios eletrônicos, tais como, a revisão oficial de contas das sociedades ou o aconselhamento médico que exija o exame físico do doente¹³⁴.

4. Conclusões

O comércio eletrônico, predestinado a ser mundial, generalizou-se a toda a sociedade e expandiu-se por todas as regiões do globo; deixou de ser exclusivamente dedicado às relações interempresariais para englobar uma grande variedade de atividades, a maioria das quais de criação muito recente. Como é pretendido pela União Europeia, o comércio eletrônico passou a ser a *concretização* da Sociedade da Informação.

Segundo o conceito que consideramos preferível e que nos parece encontrar acolhimento nas disposições legais, o comércio eletrônico (*lato sensu*) consiste na utilização de meios e tecnologias de última geração que permitem o processamento e o intercâmbio de dados para a realização de todo o tipo de operações integrantes de atividades económicas. Em sentido restrito, porém, o comércio eletrônico deve ser visto como uma ferramenta estratégica *empresarial* para a definição de processos de negócio e encontra o seu lugar nas estruturas fundamentais das relações negociais, sobretudo, através da utilização da Internet.

Em todos os domínios é bem visível a aposta em tecnologias de vanguarda. Os aparelhos de chamada automática, de telecópia, de correio eletrônico, os SMS (*short message service*) e os MMS (*multimedia messaging service*), entre outros, tornaram-se em veículos muito atrativos de transmissão de mensagens publicitárias e em poderosos instrumentos de *marketing* direto, permitindo aos anunciantes chegar a um número elevado de destinatários a um custo muito reduzido.

Na vertigem da escalada tecnológica, cruzam-se os desafios da “Nova Era” - a Economia-Digital-, em resultado, por um lado, da criação exponencial de “lojas virtuais”, da adoção de renovadas estratégias de *marketing*, bem como da emergência do fenómeno das redes sociais; e, por outro lado, da intervenção legislativa europeia firmemente apostada em facilitar as *transações transfronteiriças* e em proclamar o *princípio da proteção do consumidor* como meios necessários e adequados para garantir a *livre circulação dos “serviços da sociedade da informação”* e impedir os entraves (legais e operacionais) à *contratação electrónica*. Tudo isto constitui os objetivos primordiais da Diretiva 2000/31/CE e estão bem patentes no DL 7/2004 que a transpôs para o direito nacional.

Ainda que o conteúdo substantivo destes diplomas seja reduzido e não exclua a aplicação de outros preceitos do ordenamento jurídico português revela-se fundamental para a caracterização da *sociedade da informação*. Por seu turno, a delimitação do que se entende por “serviços da sociedade da informação” mostra-nos a existência de um regime homogéneo de requisitos aplicáveis a todos os serviços desta natureza. Nesta medida, os múltiplos modelos e “formas” que o comércio (eletrónico) nos apresenta encontram aí parte importante do objeto da sua regulamentação.

Referências bibliográficas

¹³⁴ O DL 7/2004 subtrai à sua disciplina as matérias e atividades enumerados no seu art. 2.º. Nesta medida, devem igualmente ser excluídos os serviços da sociedade da informação que sejam prestados nesses domínios.

AAVV- *Derecho y Nuevas Tecnologías*. 2005.

ABREU, Jorge Coutinho, *Curso de Direito Comercial*. 8.^a ed., 2012.

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

ALVES, Hugo Ramos, "Nótula sobre a Venda à Distância e a Limitação Contratual da Responsabilidade dos Prestadores de Serviços em Rede ". In *Liber Amicorum Mário Frota. A Causa dos Consumidores*. 2012, p. 271-289.

ANACOM - *O Comércio Eletrónico em Portugal - O Quadro Legal e o Negócio*. Lisboa. 2004.

ANDRADE, Francisco Carneiro Pacheco, "A Celebração de Contratos por EDI - Intercâmbio Eletrónico de Dados". In *Estudos em Comemoração do 10.º Aniversário da Licenciatura em Direito da Universidade do Minho*. 2003, pp.297-322.

ANTUNES, José A. Engrácia, "Contratos Comerciais. Noções Fundamentais". *Direito e Justiça*. Vol. Especial (2007).

ASCENSÃO, José de Oliveira, *Estudos sobre Direito da Internet e da Sociedade da Informação*. Coimbra: Almedina. 2001.

- *Direito Civil – Teoria Geral*, Vol. II. 2.^a ed.. Coimbra: Coimbra Editora. 2003.

- "Bases para uma Transposição da Directriz n.º 00/31, de 8 de Junho (Comércio Eletrónico)". In *Relatório, Conclusões e Pareceres da Comissão de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias*. 2003, p. 3320.

- "Contratação Electrónica". In *Direito da Sociedade da Informação*, Vol. IV, 2003, pp. 45-47.

- "Prefácio". In ANACOM, *O Comércio Electrónico em Portugal - Quadro Legal e o Negócio*. 2004, pp. 5-12.

- "Introdução à Perspectiva Jurídica ". In ANACOM - *O Comércio Electrónico em Portugal - Quadro Legal e o Negócio*, 2004, p. 112.

- "A Sociedade Digital e o Consumidor". In *Direito da Sociedade da Informação*. Vol. VIII, 2009, p. 123-153.

BALLON, Ian C., *E-Commerce and Internet Law*, 2010-2011.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

BOTANA GARCÍA, Gema Alejandra, "Noción de Comercio Electrónico". In Badenas Carpio (Coord.) - *Comercio Electrónico y Protección de los Consumidores*. Madrid: La Ley.2001, pp.5-64.

BUFFA, Francesco, "Commercio Elettronico e Contratto Telematico". In Fabio TOMMASI (Dir.) - *Contratti e Tutela dei Consumatori*. 2007, p. 281-360.

CASSANO, Giuseppe, CIMINO, Iacopo Pietro, *Diritto dell'Internet e delle Nuove Tecnologie Telematiche*. Milão: Cedam. 2009.

CORDEIRO, António Meneses, *Tratado de Direito Civil II - Parte Geral, Negócio Jurídico*. 4.^a ed., 2014.

- CORREIA, Miguel Pupo, "Comércio Electrónico: Forma e Segurança". In A.Pinto MONTEIRO (Coord.) - *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação*. 1999, pp. 223-258.
- CORREIA, Miguel Pupo, *Direito Comercial. Direito da Empresa*. 11.ª ed., 2009.
- DÂMASO, Álvaro "Nota Introdutória". In ANACOM - *O Comércio Eletrónico em Portugal- O Quadro Legal e o Negócio*, 2004, p. 1
- DÍAZ REVORIO, Francisco Javier, "Algunas Ideas sobre el Impacto de Internet y las Nuevas Tecnologías en los Derechos Fundamentales". *InterseXiones*. N.º 1 (2010), pp. 179-205.
- EDUARDES, Lilian, WAELDE, Charlotte, *Law and the internet*. 2009.
- FERREIRA, Vítor Leal, *O Comércio Eletrónico em Portugal. Relações Espaciais entre Comércio e Consumidores na Internet*. 2008.
- GÓMEZ SEGADE, José Antonio, FERNÁNDEZ-ALBOR, Ángel, TATO PLAZA, Anxo (Direts.), *Comercio Electrónico en Internet*, 2001.
- GUISADO MORENO, Angela, *Formación y perfección del contrato en Internet*, 2004.
- JÚNIOR, Alberto do Amaral; VIEIRA, Luciane Klein. "A proteção internacional do consumidor no Mercosul". *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, 2016, vol. 25, n.º 106, pp. 71-88.
- JÚNIOR, Antônio Pereira Gaio. "A proteção ao consumidor como um elemento propulsor da efetividade integracionista: União Europeia e o seu modelo protetivo consumerista". *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, 2016, vol. 25, n.º 107, pp. 169-195.
- LARISMA, Susana "Contratação Electrónica". In ANACOM - *O Comércio Electrónico em Portugal- O Quadro Legal e o Negócio*. 2004, p.157.
- MARSHALL, McLuhan, Hebert, *The Gutenberg Galaxy*, Canada: University of Toronto Press, 1962.
- MONTEIRO, António Pinto, "Sobre o direito do consumidor em Portugal", in *EDC*, n.º 4, Centro de Direito do Consumo Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2002.
- MARQUES, José Augusto Sacadura Garcia, "Telecomunicações e Protecção de Dados". In A.Pinto MONTEIRO (Coord.) - *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação*. 1999, pp. 81-138.
- MARQUES, Garcia, MARTINS Lourenço, *Direito da Informática*. 2.ª ed. refundida e actualizada, 2006.
- MENDES, Eliana, *Facebook e as Marcas de Moda: Aumento das Vendas Online?* 2012, disponível em: repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/24697.
- MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, *Lei do Comércio Electrónico Anotada*. 2005.
- MURTEIRA, Mário, "Globalização, uma falsa ideia clara". *Economia Global e Gestão*. Vol. VII, n.º 2 (2002), pp. 71-77.
- OLIVEIRA, Elsa Dias, *A proteção dos consumidores nos contratos celebrados através da Internet*. Coimbra: Almedina. 2002.
- PEREIRA, Alexandre Dias, *O Comércio Electrónico na Sociedade da Informação: Da Segurança Técnica À Confiança Jurídica*, Coimbra: Almedina. 1999.

- "A Protecção do Consumidor no Quadro da Directiva sobre o Comércio Electrónico". In *EDC*, n.º 2. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2000, pp. 43-140.

- *Serviços da Sociedade da Informação: Alguns Problemas Jurídicos do Comércio Electrónico na Internet*, 2001.

- "Princípios do Comércio Electrónico". In *Miscelâneas*. Coimbra: Almedina. 2004, pp. 75-112.

- "A Via Electrónica da Negociação (Alguns Aspectos)". In *EDC*, n.º 8. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2006/2007, pp. 275-290.

PORTUGAL, O Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal, publicado em 1997, disponível em: <http://www.umic.pt/images/stories/publicacoes/LivroVerde1997.pdf>.

RAMOS, Fabiana D'Andrea; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral, "Por um direito comum ao consumidor: a órbita global de consumo e a protecção internacional". In: MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Claudia Lima; OLIVEIRA, Amanda Flávio de (Coords.). *25 anos do Código de Defesa do Consumidor: trajetória e perspectivas*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. pp. 465-480.

REBELO, Fernanda, *Contratação a distância e protecção do consumidor*, Tese de doutoramento, 2015, Faculdade de Direito da Universidade Portucalense (policopiado), Biblioteca Geral da Univerisdade Portucalense e no repositório da mesma Universidade: <http://hdl.handle.net/11328/1414>.

- "O direito à informação do consumidor na contratação à distancia", in *Liber Amicorum Mário Frota: a causa dos direitos dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2012, pp. 103-153.

- "O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da protecção dos consumidores, com as alterações introduzidas pelo DL n.º 82/2008, de 20 de Maio", in *Revista Jurídica da Universidade Portucalense Infante D. Henrique*, n.º 13, Porto, 2008, pp. 41-72.

- "O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da protecção do consumidor", in *20 Anos do Código das Sociedades Comerciais, Homenagem aos Profs. Doutores A. Ferrer Correia, Orlando de Carvalho e Vasco Lobo Xavier*, Vol. II, Varia, Coimbra, Coimbra Editora, 2006, pp 571-617.

RODRIGUES, José Narciso, "Internet e Globalização". In A. Pinto MONTEIRO (Coord.) - *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação*. 1999, pp. 343-347.

SALGUEIRO, Teresa Barata, *Do Comércio à Distribuição, Roteiro de uma Mudança*. S. Paulo: Editora Celta, 1996.

SAAVEDRA, Rui, "A Protecção Jurídica do Software e Internet", *Coleção Témis*, n.º 12 (1998), p. 313.

SILVA, João Calvão da, *Banca, bolsa e seguros: direito europeu e português*. 2ª ed.. Coimbra: Almedina, 2007.

SMITH, Graham J.H., *Internet Law and Regulation* 3.ª reimpressão. 2002.

TATO PLAZA, Anxo, "Aspectos Jurídicos de la Publicidad y de las Comunicaciones Comerciales en Internet". In José Antonio GÓMEZ SEGADÉ (Dir) - *Comercio Electrónico en Internet*. 2001, p. 187-223.

TEIXEIRA, Glória, *Tributação do Comércio Eletrónico*, p. 15, disponível em:

http://www.cije.up.pt/sites/default/files/files/Apresentacao_comunicacao_gloria_Teixeira_0.pdf