

**Universidade Politécnica
A POLITÉCNICA**

Escola Superior de Gestão, Ciências e Tecnologias

**Departamento de Ciências Jurídicas
Curso de Ciências Jurídicas**

Os Direitos Básicos dos Consumidores em Moçambique

Raquel Antunes Coelho

Maputo, Novembro de 2010.

**Universidade Politécnica
A POLITÉCNICA**

Escola Superior de Gestão, Ciências e Tecnologias

**Departamento de Ciências Jurídicas
Curso de Ciências Jurídicas**

Os Direitos Básicos dos Consumidores em Moçambique

Raquel Antunes Coelho

Maputo, Novembro de 2010.

OS DIREITOS BÁSICOS DOS CONSUMIDORES EM MOÇAMBIQUE

Autora: Raquel Antunes Coelho

Tutor: João Manuel Martins

O Parecer do Tutor

PARECER DO TUTOR

A candidata à Licenciatura em Ciências Jurídicas – Raquel Antunes Coelho – como requisito final para a conclusão do seu curso, apresenta o respectivo trabalho de fim de curso, intitulado “Os Direitos Básicos dos Consumidores em Moçambique”.

É um tema verdadeiramente aliciante, actual, permanente e de extrema utilidade para a defesa de todos quantos sejam caracterizados, juridicamente, como consumidores.

A matéria apresentada constitui praticamente uma novidade, o que se compreende perfeitamente, face à juventude do respectivo instrumento jurídico que é a Lei nr. 22/09 de 28 de Setembro – Lei de Defesa do Consumidor – aliás, na sequência dos preceitos sobre a matéria constantes da Constituição da República de 2004.

Independentemente dos aspectos comuns e clássicos que participam dos trabalhos de fim de curso nas universidades moçambicanas, a autora aborda o regime jurídico de Defesa do Consumidor, designadamente, os conceitos dos respectivos sujeitos materiais – consumidor e fornecedor -, o historial do nascimento da sociedade de consumo no Mundo, as causas relativas ao surgimento dos movimentos e a defesa do consumidor, em termos mundiais, bem como o conteúdo relevante do chamado Direito do Consumidor.

Há que referir a actividade da candidata no que tange aos princípios reguladores dos direitos dos consumidores.

É, também, de louvar a atitude da autora em proceder ao estudo dos principais diplomas legais sobre a matéria como sejam a Constituição da República, a legislação privativa do consumidor, a legislação civil, penal e comercial.

Merece também uma palavra de louvor o Direito Comparado sobre os Direitos do Consumidor, o que constitui elementos valiosos para a interpretação e aplicação do normativismo jurídico respectivo.

Assim, há que reconhecer a Excelência do presente trabalho que terá, sem sombras de dúvida, impactos positivos, bastante valiosos não só para a justa defesa dos direitos dos consumidores, bem como para todos os intérpretes e aplicadores do Direito, concretamente para todos os cultores do Direito, incluindo a própria Jurisprudência.

Parabéns à candidata à Licenciatura em Ciências Jurídicas.

Maputo, 16 de Novembro de 2010.

(João Manuel Martins)

ÍNDICE

Nota prévia	i
Declaração	ii
Dedicatória	iii
Agradecimentos	iv
Resumo	vi
Abreviaturas e Siglas.....	vii
Índice	viii
INTRODUÇÃO	12
Razões da escolha do tema	13
Importância do tema	14
Delimitação do tema	15
Objectivos	15
Objectivos gerais	15
Objectivos específicos	16
O problema	16
Hipóteses	17
Justificação	18
Metodologia de trabalho	18
Sequência expositiva	18
CAPÍTULO I	
DOS CONCEITOS E DAS GENERALIDADES.....	19
1.1 Definições	19
1.1.1 Consumidor	19
1.1.2 Fornecedor	20
1.1.3 Produto	21
1.1.4 Serviços	22
1.2 O surgimento da sociedade de consumo no mundo	22
1.3 Causas do surgimento dos movimentos de defesa do consumidor no mundo	26
CAPÍTULO II	
DIREITO DO CONSUMIDOR – CIÊNCIA.....	30
2.1 O que é Direito do Consumidor?	30

2.2 Natureza jurídica do Direito do Consumidor	32
2.3 Quais normas podem ser consideradas como de Direito do Consumidor?	34
2.4 Princípios que regem as leis de defesa do consumidor	35
2.4.1 O princípio da dignidade da pessoa humana	36
2.4.2 O princípio da boa-fé	37
2.5 Relevância do Direito do Consumidor	38

CAPÍTULO III

O DIREITO DO CONSUMIDOR EM MOÇAMBIQUE.....	40
3.1 História	40
3.2 Panorama legal	40
3.2.1 A Constituição da República de Moçambique	40
3.2.2 O Código Civil	42
3.2.3 O Código Penal	43
3.2.4 O Código Comercial	44
3.2.5 O Código de Publicidade	45
3.2.6 A Lei de Defesa do Consumidor – Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro	45

CAPÍTULO IV

OS DIREITOS BÁSICOS DOS CONSUMIDORES.....	48
4.1 Os direitos básicos dos consumidores em geral	48
4.2 Os direitos básicos dos consumidores em Moçambique	54

CAPÍTULO V

O DIREITO COMPARADO.....	77
5.1 Portugal.....	77
5.2 Brasil.....	79

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	84
Conclusões.....	84
Recomendações	85

BIBLIOGRAFIA	87
---------------------------	-----------

ANEXOS **91**

DECLARAÇÃO

Eu, **Raquel Antunes Coelho**, declaro por minha honra que o presente trabalho é resultado da minha investigação pessoal e orientação do meu supervisor; o seu conteúdo é original e todas as fontes estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia final.

Declaro ainda que este trabalho nunca foi apresentado em nenhuma outra Instituição para a obtenção de qualquer grau académico.

Maputo, Novembro de 2010.

DEDICATÓRIA

Raquel Antunes Coelho

A Deus, o **Criador**, meu eterno Inspirador;
Aos meus pais, **José Roberto e Neide**;
Ao meu esposo, **Carlos**;
Ao meu grande e perfeito amor, meu filho **Eduardo**.

AGRADECIMENTOS

Raquel Antunes Coelho

O presente trabalho tornou-se em realidade graças ao apoio indispensável de pessoas que me são queridas e que deram-me os estímulos necessários para a sua elaboração, e a quem quero deixar aqui registado a minha gratidão.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus pela vida, saúde e por todas as conquistas obtidas até aqui.

Ao meu Tutor Dr. João Manuel Martins, a minha enorme gratidão por conduzir-me à elaboração deste trabalho com paciência, dedicação e a amizade, com que sempre nos habituou.

Ao meu pai, que sempre sonhou com este momento para os seus filhos, dedico todo o meu afecto e gratidão, porque sei que me ama muito e me apresenta diante do Deus todos os dias. É recíproco, pai, eu também te amo.

À minha mãe que, muito reservada, também sempre sonhou com a realização profissional de seus filhos. Mãe, embora tenhamos enfrentado grandes barreiras, conseguimos. Amo-te muito e obrigada pelas orações.

Aos meus irmãos, Ismael, Ione e Neire, porque tenho certeza que comemoram comigo esta conquista. Amo-vos!

Ao meu esposo, que muito trabalhou e me ajudou na elaboração deste trabalho, dispendendo o seu tempo para tratar de assuntos que me diziam respeito mas não podia, por estar a estudar.

Ao meu filho, companheiro de todas as horas, abdicou de grande parte do tempo em que deveríamos estar juntos para que eu pudesse concluir o presente trabalho. Filho, a você, todo o meu incondicional amor. Isto tudo é para você, filho querido.

Às minhas colegas e amigas, Sílvia Pinto, Irene Soares e Inilde de Souza, que apoiaram-me, tanto psicologicamente quanto fisicamente. Obrigada.

À família Campos (Sarifa, Nuno, Paulo e Cynthia), que deram-me o apoio familiar que tanto precisava para que este trabalho fosse concluído. Obrigada, família.

Ao Dr. Ussumane Aly Dauto, um grande amigo e conselheiro, obrigada pela força e por não deixar-me desistir nunca.

Às minhas amigas, Delaila Taju e Ana Papane, registo aqui o meu muito obrigada pela vossa amizade. Sem ela, não teria sido possível.

Por último, e não menos importante, deixo aqui o meu agradecimento a todos os docentes da Universidade Politécnica (A Politécnica) que, ao longo de 4 anos, ensinaram-me a cultivar o interesse pelo Direito. A todos, muito obrigada!

Estendo o meu agradecimento a todos os autores que disponibilizaram livremente, nas páginas da Internet, o seu conhecimento e a sua maravilhosa ciência e que, sem dúvida, conduziram-me na elaboração de todo este trabalho.

A todas as pessoas que, de forma directa ou indirecta, contribuíram para que fosse possível a conclusão do presente estudo, o meu mais sincero obrigada.

A todos, minha eterna gratidão.

“As liberdades e os direitos fundamentais que a Constituição consagra são conquistas do povo moçambicano na sua luta pela construção de uma sociedade de justiça social, onde a igualdade dos cidadãos e o imperativo da lei são os pilares da democracia.

Nós, povo moçambicano, determinados a aprofundar o ordenamento da vida política no nosso país, dentro de um espírito de responsabilidade e pluralismo de opinião, decidimos organizar a sociedade de tal forma que a vontade dos cidadãos seja o valor maior da nossa soberania.”¹

¹ DAUTO, Ussumane Aly. *Constituição da República de Moçambique, Edição actualizada e organizada*. Imprensa Universitária: Maputo, 2000.

INTRODUÇÃO

Apresentamos este trabalho, sobre os direitos básicos dos consumidores, como forma de fazer-se entender a necessidade de um instrumento eficiente e rígido que possa dirimir conflitos entre consumidores e fornecedores, para promover o bem-estar social e a saúde pública que sentem-se ameaçados pelos desmandos de fornecedores capitalistas desonestos e desumanos, bem como para realçar a necessidade de se informar e educar os consumidores para o consumo inteligente.

Se, por um lado, os consumidores moçambicanos estão pouco preparados para debaterem-se sobre o tema, por outro, o ordenamento jurídico moçambicano parece manter-se à margem da questão.

Sabemos, de antemão, que este assunto tem sido bastante divulgado aos quatro cantos do planeta; contudo, ainda existem populações em grande escala que pouco ou nada sabem a respeito dos seus direitos enquanto consumidores. Mal sabem dos seus direitos enquanto cidadãos, que se dirá enquanto consumidores.

Pretendemos, portanto, juntarmo-nos às vozes que defendem tal direito e apoiar questões relacionadas ao tema, uma vez que, em Moçambique, estamos caminhando rumo ao desenvolvimento e ao progresso, valorizando a raça humana e a pessoa humana como um ser portador de direitos e deveres e que merece, não por imposições de leis internacionais desta ou daquela organização mas por constituir uma ser vivo racional e doptado de sentimentos, uma vida digna e respeitosa, incluindo os direitos enquanto consumidores.

A criação e aprovação da Lei de Defesa do Consumidor² em Moçambique foi um grande passo neste sentido. Esperamos que assim continue, até chegarmos à estatura de detentores de um Código que aborde todas as matérias relacionadas com este tema. Pese, embora, o facto de ainda não existirem organizações com “fortes vozes” a fim de tratarem

² Lei nº 22/2009 de 28 de Setembro.

exclusivamente dos direitos dos consumidores, entretanto, confiamos que num devir breve deveremos estar diante de tal realidade.

O mundo cobra-nos isso. O continente africano está em foco no momento. Os olhos do mundo estão voltados para nós. Portanto, o presente trabalho pretende mostrar, de uma forma clara, que os direitos dos consumidores, aqui, em Moçambique, estão, de certa forma, completamente escondidos e, por isso, não se fazem valer.

É facto assente que, nos dias que correm, os abusos contra os consumidores é uma realidade que assola todas as sociedades a nível mundial; sendo assim, os consumidores tornam-se vítimas fáceis aumentando as riquezas particulares e diminuindo a saúde e bem-estar social.

O legislador não pode manter-se no silêncio em relação a este facto social que se revela em grandes proporções e que tem causado grandes prejuízos ao desenvolvimento saudável e harmonioso, com respeito e promoção da pessoa humana.

Apresentamos algumas formas para que sejam sanadas lacunas legais e também para que Moçambique tenha população consciente e educadamente consumidora. Aproveitemos o que há de melhor.

Razões da Escolha do Tema

Embora os direitos básicos dos consumidores façam parte da lista dos direitos fundamentais consagrados na Constituição da República de Moçambique³, muitos moçambicanos os desconhecem e nem sequer fazem idéia de que constituem direitos fundamentais.

Em Moçambique, este tema ainda não possui uma legislação que seja suficiente e eficiente para sanar ou prever os vários conflitos de uma relação jurídica de consumo, como já existem em países em desenvolvimento como o Brasil e Portugal.

Por pouco falar-se sobre esta matéria, ou pelas raríssimas obras existentes em Moçambique escritas por moçambicanos dentro da realidade do país, cria-se o desejo em suscitar mais discussões a este respeito, demonstrando de forma subtil a grande relevância do assunto para a nossa sociedade.

Por me sentir lesada inúmeras vezes em que me dirigi à alguns estabelecimentos comerciais ou pelas várias vezes em que me deparei com placas contendo informações estarrecedoras do tipo “não aceitamos devoluções”, escolhi o tema que, para mim, é um autêntico deleite.

Importância do Tema

Constatando-se ser um actualíssimo tema, a defesa dos consumidores é, nos dias actuais, um dos maiores problemas colocados frontalmente perante o Direito, surgindo, a partir daí, a incógnita da resolução dos conflitos gerados pelas relações de consumo.

Têm surgido, cada vez mais, legislações concernentes ao tema e em Moçambique não poderia ser diferente, uma vez que caminhamos rumo ao desenvolvimento. A Lei nr.

³ Cfr. art. 92 da CRM.

22/2009 de 28 de Setembro – Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique (LDCM) - veio provar que o legislador moçambicano, igualmente como outros do mundo todo, está preocupado em regular as relações de consumo e garantir que os consumidores tenham respaldo legal no caso de lesão dos seus direitos enquanto consumidores.

Visto ser um tema intrigante, interessante e quase surreal, uma vez que, em Moçambique, apenas agora surge legislação específica sobre as relações de consumo, e tendo em conta o grande número de comércio nas cidades capitais, entendemos ser de muita importância abordarmos o assunto numa altura em que os legisladores inclinam-se a criar leis com a finalidade de fechar apropriadamente lacunas no ordenamento jurídico moçambicano.

Delimitação do Tema

O presente estudo cingir-se-á à evidência dos direitos básicos dos consumidores moçambicanos. Sabe-se que, vários e inúmeros, são os direitos dos consumidores. Entretanto, existem consagrados, tanto por legislações internacionais quanto às internas, alguns direitos que funcionam como verdadeiros princípios jurídicos.

É precisamente este o conteúdo fundamental deste estudo: Evidenciar os direitos básicos dos consumidores, uma vez que a partir deles nasce uma rede de legislações e processos judiciais a fim de dirimir conflitos entre consumidores e fornecedores.

Sendo os consumidores a parte mais fraca da relação de consumo, necessitam que sejam protegidos em face da parte mais forte, os fornecedores, uma vez que são os consumidores os responsáveis pelo desenvolvimento das sociedades actuais.

Pretendemos abordar, à luz da Lei de Defesa do Consumidor – Lei nº 22/2009 de 23 de Setembro - , a protecção oferecida aos consumidores moçambicanos.

Objectivos

Objectivos gerais

De forma geral, os fins a que se propõe o presente estudo é:

- a) chamar a atenção para este tema a fim de que tanto o cidadão em geral quanto o legislador, se debrucem com maior afinco com o propósito de que, em Moçambique, hajam leis mais eficazes a regular a relação jurídica consumista e ainda criar condições para que o consumidor não seja tão lesado quanto tem sido até agora;
- b) apoiar os legisladores que tentam a criação do Código do Consumidor em Moçambique;
- c) levantar questões relevantes e pertinentes ao Direito do Consumidor;
- d) contribuir para o nascimento de uma consciência conjunta de responsabilidade sobre os problemas dos consumidores.

Objectivos específicos

A intenção do presente estudo, especificadamente, é:

- a) apontar a fragilidade dos consumidores face aos fornecedores;
- b) identificar a legislação de protecção do consumidor de Moçambique e evidenciar a sua fragilidade;
- c) tornar conhecidos os direitos básicos dos consumidores, consagrados por lei;
- d) Deixar em evidência o desrespeito que o consumidor moçambicano sofre.

O Problema

Aqui reside um campo extremamente vasto. Não existe somente um problema, mas vários problemas, tornando a nossa tarefa, em apontar alguns destes problemas, um tanto árdua. Mas comecemos por apontar:

- a) a escassa informação sobre o consumo, que é essencial para que a sociedade se desenvolva e consuma de forma inteligente;
- b) o grande número de pouco letrados também contribui para que este processo caminhe de forma lenta;
- c) a falta de uma instituição governamental que fiscalize os produtos postos à venda é outro grande problema. No Brasil há, e conhecemos, o PROCON⁴, que muito tem feito pelo desenvolvimento consumista e também contribuindo para a educação para o consumo ;
- d) a falta de um código que regule, com exclusividade, assuntos voltados para o tema, prejudica os consumidores moçambicanos, tornando campo fácil para os desmandes dos fornecedores em geral.

Eis alguns dos problemas que julgamos ser de suma importância e que devem ser sanados ou, ao menos, amenizados, para que o consumidor moçambicano possa sentir-se em segurança com o apoio da lei.

Hipóteses

Observando a realidade e fazendo uma análise dos problemas, sugerimos algumas hipóteses sobre os porquês do fraco assédio do consumidor à legislação vigente para a sua protecção:

- a) Será que os consumidores moçambicanos estão preparados para entenderem os seus direitos contra actos abusivos de fornecedores?
- b) É possível fazer chegar a todos os consumidores do país as instruções necessárias para que saibam consumir inteligentemente?

⁴ PROCON é uma instituição governamental do Brasil criada com a finalidade de proteger os consumidores contra os abusivos actos dos fornecedores. Como o próprio nome sugere, pró- consumidor, tem disponível, por 24 horas, fiscais, que podem ser chamados por qualquer consumidor que sentir-se lesado em relação a um fornecedor, através de um número telefónico gratuito.

- c) Será possível introduzir-se, nas escolas primárias e secundárias, matérias concernentes à educação em matéria de consumo?
- d) A legislação actual moçambicana é eficiente para dirimir conflitos consumistas?

Justificação

Muito embora o tema, actualmente, esteja sempre presente, o consumidor moçambicano, de uma forma geral, ainda não deu conta de que precisa observar as orientações dos bens de consumo antes de utilizá-los. Sejam alimentos, vestuários ou qualquer outro produto de pequeno ou grande porte, é necessário que esteja dentro dos padrões mínimos apropriados para consumo.

Por este motivo, o despertar da autora do presente estudo para este tema corresponde a uma indagação legítima sobre a realidade dos consumidores moçambicanos face aos consumidores de outros países bem como à legislação vigente em Moçambique sobre o tema.

Metodologia de trabalho

Utilizamos o método de pesquisa bibliográfica para obter a maior parte das informações constantes neste trabalho. Entretanto, não descartamos os inquéritos, que muito podem revelar sobre o assunto. Também, utilizamos bases de dados da *internet* para que o presente trabalho obtivesse uma maior e melhor actualização e cobertura.

Sequência Expositiva

Este trabalho começa por uma nota introdutória, seguida de cinco capítulos que possuem uma redacção lógica e concisa em função dos temas que abordam, e no término faz-se uma nota conclusiva e as recomendações entendidas pertinentes.

No Capítulo I, debruçamo-nos a definir os conceitos dos principais sujeitos da relação jurídica de consumo, bem como abordar as generalidades históricas que rodeiam o Direito do Consumidor e as sociedades de consumo no mundo.

O Capítulo II aborda, especificadamente, o Direito do Consumidor enquanto Ciência, trazendo itens importantes para a melhor compreensão do Direito do Consumidor, como a sua natureza jurídica e os princípios que o rege.

No Capítulo III, está contido o surgimento do Direito do Consumidor em Moçambique e as legislações aplicáveis.

O Capítulo IV, aborda directamente os direitos básicos dos consumidores, sendo, portanto, o capítulo chave do presente trabalho. Primeiro, de forma geral e, em seguida, de forma específica, em Moçambique.

No Capítulo V está contido o Direito Comparado, buscando uma comparação plausível e benéfica de Portugal e do Brasil.

Seguem-se, após isso, as conclusões, as recomendações, a bibliografia e os anexos, sob forma de inquéritos.

CAPITULO I

Dos Conceitos e das generalidades

1.1- Definições – Consumidor, Fornecedor, Produto e Serviço

A Lei de Defesa do Consumidor moçambicana incide sobre toda a relação que possa ser caracterizada como de consumo. Supõe-se, portanto, que saibamos estabelecer em que situações a relação jurídica pode ser assim definida, isto porque somente haverá a relação jurídica de consumo, se pudermos identificar, num dos extremos da relação, o consumidor e, no outro extremo, o fornecedor, devendo estar a transaccionar produtos e serviços.

Cabe-nos, portanto, *a priori*, delimitar os conceitos de tais sujeitos, sem os quais não haverá uma relação de consumo em sentido técnico-jurídico.

1.1.1 Consumidor

De acordo com a Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique⁵, o consumidor “é todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados ao uso não profissional, ou tarifa, por pessoa que exerça com carácter profissional uma actividade económica que vise a obtenção de benefícios.”

Entretanto, ao observarmos a doutrina, encontramos duas correntes que definem o consumidor em duas perspectivas diferentes: os maximalistas e os finalistas. Os primeiros defendem que consumidor é toda a pessoa física ou jurídica que adquire bens, não importando com seu fim.

Não importa que seja economicamente forte ou não, se adquiriu um produto ou serviço para utilizá-lo em sua actividade ou cadeia produtiva”.⁶ Esta teoria interpreta de forma bastante ampla o facto de o consumidor ser o destinatário final, não importando qual será o destino final do bem ou serviço: Se uma pessoa comprou, então este é o consumidor. Entretanto, para os finalistas somente é consumidor “e, portanto, destinatário final de produtos e serviços, aquele que adquire ou utiliza um produto ou serviço para o uso próprio ou de sua família,”⁷.

Foi baseado no mesmo pensamento da corrente finalista que o legislador moçambicano delimitou o termo consumidor, ou seja, só é consumidor e, portanto, tutelado pela Lei de Defesa do Consumidor, aquele que adquirir produtos e ou serviços para o consumo próprio, interrompendo, assim, o trajecto económico do produto e ou serviço, daí o facto de ser este o destinatário final.

1.1.2 Fornecedor

O mesmo diploma define o que vem a ser um fornecedor que é “Todas as pessoas singulares ou colectivas, públicas ou privadas com carácter profissional (incluindo profissionais liberais), que habitualmente desenvolvem actividades de produção, fabrico,

⁵ *Cfr.* alíneas c) e d) do art. 1 da Lei nº 22/2009 de 28 de Setembro, B. R. Nr. 38, I série.

⁶ KHOURI, Paulo Roberto Roque Antônio. *Direito do Consumidor*. Contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo. Ed. 3; Sao Paulo: Atlas, 2006. p. 45.

⁷ RAGAZZI, José Luiz. *A intervenção de terceiros fornecedores no Código de Defesa do Consumidor*. Bauru: Edite, 2006. p 16.

importação, construção, distribuição ou comercialização de bens ou serviços a consumidores, mediante a cobrança de um preço.”

No que se refere a fornecedores, a doutrina aponta-nos, de forma bastante expansiva, tratando-os da mesma forma como o legislador moçambicano. De antemão, constatamos que “a definição de consumidor é relacional e depende de presença de um fornecedor do outro lado da relação jurídica”⁸. Neste âmbito, “podem ser considerados fornecedores, qualquer pessoa física ou jurídica que preste serviço ou forneça produtos.”⁹

Neste ponto, cabe-nos esclarecer que a definição de fornecedor dada pela Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro é ampla para que um maior número de relações possa estar no campo de aplicação da mesma lei, uma vez que é decisiva, por imperativo constitucional, a presença de um consumidor.

O legislador brasileiro definiu fornecedor do modo seguinte: “é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.”¹⁰

A legislação moçambicana, embora não seja tão explícita quanto a legislação do Brasil, indica-nos a mesma linha de raciocínio referindo que são fornecedores quaisquer pessoas que forneçam a outrem (consumidor) produtos ou serviços mediante um preço, sejam profissionais liberais (médicos, dentistas, veterinários, etc), o Estado, e mesmo os profissionais que não são considerados liberais (pedreiros, jardineiros, mecânicos, etc) desde que exerçam habitualmente uma actividade económica.

É de frisar que quando a lei consumista quer que alguém seja obrigado e/ou responsabilizado, utiliza o termo “fornecedor”.

⁸ BENJAMIM, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. *Manual de Direito do Consumidor*. Ed. 2. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2009. p.81.

⁹ JOSÉ, L. Ragazzi; HONESKO, Raquel; Coordenação Fernando Capez e Rodrigo Colnago. *Direito do Consumidor I*. São Paulo: Editora Saraiva. p. 34.

¹⁰ Código de Defesa do Consumidor do Brasil, artigo 3º.

Ao simplificar tais definições, podemos dizer o seguinte: consumidor é qualquer pessoa que paga por um bem ou serviço desde que não sejam destinados ao uso profissional, mas sim, pessoal. Por outro lado, o fornecedor é toda a pessoa que, com carácter profissional, entrega mediante um pagamento, um bem ou serviço.

1.1.3 Produto

De acordo com a Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique, produto é “Qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.”¹¹ Ao dirigirmo-nos á doutrina, observamos que não há muito a dizer, a não ser cingirmo-nos aos conceitos de bem móvel, imóvel, material e imaterial. Somente encontramos uma certa divergência entre doutrinas quanto a tal entendimento, defendendo que o termo “bens” seria mais apropriado por ser mais abrangente que o termo “produto”.

“Diga-se em primeiro lugar que a preocupação da lei é garantir que a relação jurídica de consumo esteja assegurada para toda e qualquer compra e venda realizada. Por isso fixou conceitos os mais genéricos possíveis (“produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”). Isso é que é importante. A pretensão é que nada se lhe escape.”¹²

1.1.4 Serviços

No que concerne a serviços, diz-nos a lei que é “qualquer forma de comunicação, mediante a divulgação de uma mensagem, de modo a dirigir a atenção do público e dos meios de comunicação (destinatários) para um produto, um bem ou serviço cujo fornecimento, aquisição, comercialização ou contratação se pretende promover.”¹³

De acordo com Rizzato Nunes “serviço é qualquer atividade fornecida ou, melhor dizendo, prestada no mercado de consumo.”¹⁴

¹¹ Cfr. Alínea f) do art. 1 da Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro.

¹² NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. Ed. 4. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. pg. 91.

¹³ Cfr. Alínea h) do art. 1 da Lei nrº 22/2009 de 28 de Setembro.

¹⁴ NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. Ed. 4. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. pg.95.

Deste modo, temos a interligação entre estes quatro aspectos, sem os quais não poderá existir uma relação de consumo. Aliás, esta é uma condição *sine qua non* para os fins em vista do nosso trabalho.

1.2- O surgimento da sociedade de consumo no mundo

Sobre esta matéria, cumpre ressaltar que o direito do consumidor, enquanto conjunto de regras e princípios que tem por finalidade primordial a protecção dos consumidores em face da postura dos fornecedores, apresenta uma origem recente, apesar de, indubitavelmente, ter como fundamento inicial os contratos idealizados nos primórdios da civilização, e que consubstanciavam duas pessoas que pactuavam a criação de direitos e obrigações, expressando tal situação de forma concreta.

Como é evidente, uma lei de protecção ao consumidor pressupõe entender a sociedade a que nós pertencemos, a qual tem uma origem bastante remota que precisamos pontuar, especialmente naquilo que nos interessa, para entendermos a chamada sociedade de massas ou sociedade consumista, com a sua produção em série, na sociedade capitalista contemporânea.

Durante a Idade Média, surge na sociedade uma diferenciação entre nobres e plebeus, ou seja, entre a classe abastada e a classe desprovida, que enaltecia, em absoluto, o direito de propriedade. Neste período, surge a classe da burguesia, que acumulou riquezas, mas que, por não fazerem parte da nobreza, não detinha o poder político.

Em função disto, ao lado das plebes, os burgueses, com vista a uma liberdade na sua actividade produtiva e económica, começam a rebelar-se, com o fim de acabar com os privilégios da nobreza e destruir o antigo regime, garantindo, assim, o acesso da burguesia ao poder político.

Neste contexto histórico, a sociedade alterou-se. Em função do descontentamento para o regime absolutista e, normalmente, despótico, dos governos, a sociedade se rebelou, dando início a grandes movimentos históricos.

Na decorrência de tal momento histórico, estouraram-se as Revoluções Americana, em 1776 e a Francesa, em 1789, com finalidades distintas. Os americanos almejavam a independência, razão pela qual buscavam um governo democrático. Os franceses tinham o objectivo de impor o respeito pela liberdade e pela igualdade de cada pessoa. Embora distintos, os objectivos, estavam interessados na destruição do Estado Absolutista.

Na busca de uma sociedade livre, amparada na liberdade, igualdade e fraternidade, surgem os ideais liberais, “com intuito de eliminar o absolutismo do Estado e ampliar os espaços da cidadania.”¹⁵

Assim nasce o liberalismo económico, com a idéia de protecção das liberdades individuais, no sentido de que o Estado não pode interferir, directamente, nas relações sociais, mas apenas criar mecanismos para viabilizar a vontade das partes eventualmente envolvidas numa relação jurídica. A autonomia individual da vontade passava a substituir a vontade prepotente do Estado na regulação dos negócios jurídicos.

No século XIX, auge do liberalismo, surge a concepção tradicional de contrato, em consonância com os imperativos da liberdade individual e principalmente do dogma máximo da autonomia da vontade, tendo em vista que, quando duas pessoas se empenhavam num pacto a envolver direitos e obrigações, o faziam no exercício da sua vontade, após uma discussão absolutamente paritária acerca das disposições regentes de determinado relacionamento jurídico.

Dá-se a Revolução Industrial. Uma fantástica evolução tecnológica em meados do século XIX, que acarreta profundas transformações nas realidades económica, política e social do mundo. Inicia-se a sociedade de massas, pois o crescimento populacional das metrópoles gerava aumento da demanda e, portanto, uma possibilidade de aumento da oferta, altura em que a indústria passou a querer produzir mais, para vender para um maior número de pessoas, criando, para isso, a chamada produção em série, a “standartização” da produção, a homogeneização da produção.

¹⁵ LEITE, Roberto Basillone. *Introdução ao Direito do Consumidor*. São Paulo: LTr., 2002. p. 21.

Esta produção em série e homogeneizada possibilitou uma diminuição dos custos e um aumento enorme na oferta, atingindo uma mais larga camada de pessoas.

Tal modelo deu certo e foi crescendo na passagem do século XIX para o século XX, quando se deu a Primeira Guerra Mundial, tendo-se verificado um incremento na produção, que se solidificou e cresceu extraordinariamente a partir da Segunda Guerra Mundial com o surgimento da tecnologia de ponta, do fortalecimento da informática e telecomunicações.

Durante o século XX, mais precisamente a partir da segunda metade, esse sistema passa a avançar sobre todo o globo terrestre, o que permitiu que nos últimos anos se pudesse implementar a ideia da globalização. Temos, assim, a sociedade de massas cujas características são a facilidade em adquirir bens e serviços, bem como a facilidade em os produzir. É a sociedade de consumo.

Portanto, a sociedade de consumo é, ao lado da demanda da Revolução Industrial, um dos vértices da estrutura económica da sociedade industrial moderna: Trabalhadores, produtores e consumidores foram os autores sociais da economia do mundo moderno. Durante todo o século XIX e parte do século XX, os conflitos sociais ocorreram entre trabalhadores e patrões: a luta, primeiro, foi pelo acesso à terra e, depois, pelo domínio dos meios de produção. A partir de meados do século XX, um outro tipo de conflito surgiu resultante de outro vértice da sociedade moderna que foi a luta pela acesso ao consumo de bens seguros e a garantia da informação plena a respeito dos produtos e serviços colocados no mercado.

Um recente relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) demonstra que o século XX é o século do consumo. A tabela¹⁶ que se segue demonstra-nos isso.

ANO	Despesa mundial com consumo (USD)
1900	1,5 biliões
1975	12 biliões

¹⁶ Relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento de 1998, denominado *Consumo para o Desenvolvimento Humano*, p. 1, Lisboa: Trivona, 1998.

1998	24 bilhões
------	------------

“Há mais pessoas melhor alimentadas e alojadas do que em qualquer momento antes. Os padrões de vida aumentaram permitindo a centenas de milhões beneficiar de alojamento com água quente e fria, aquecimento e eletricidade, transporte de e para o trabalho – com tempo para o lazer e o desporto, férias e outras actividades para além do que era possível imaginar no início deste século.”¹⁷

Entretanto, estes benefícios ainda não são para todos. A desigualdade nos consumos são totais. Existe, e é facilmente perceptível, um conflito básico na sociedade de consumo e o acesso ao consumo. Também, a insuficiência de informações para que se possa consumir com um mínimo de eficiência, garantia e segurança, pois a ausência de recursos económicos exige a necessidade de se gastar o pouco que se tem da forma mais adequada possível.

Se a sociedade de consumo surgiu entre os séculos XVIII e XIX, as primeiras entidades de defesa dos consumidores apareceram na década vinte do século passado e as primeiras leis efectivamente de protecção do consumidor depois desta década. Até então, existiam apenas alguns casos que se pautavam por este objectivo.

Nesta sociedade de consumo, há um grandíssimo número de produtos e serviços ao alcance da grande maioria da população mundial, porque apresentam custos baixos e podem ser adquiridos em muitos lugares onde são comercializados.

Em Moçambique, encontramos já uma sociedade de consumo em perfeita actividade. Embora pequena e mais concentrada nas capitais provinciais e, principalmente, na cidade de Maputo, a tendência natural é crescer cada vez mais.

1.3 Causas do surgimento dos movimentos de defesa do consumidor no mundo

¹⁷ Relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento de 1998, denominado *Consumo para o Desenvolvimento Humano*, p. 1, Lisboa: Trivona, 1998.

Constitui um aspecto deveras importante e, de modo tal, que merece ser abordado. Assim, os países menos desenvolvidos, no qual os países da América Latina se incluem, urbanizaram-se rapidamente e houve um enorme crescimento populacional urbano e pobre nestes países. Na América Latina, o problema ainda foi mais agudo, o que leva a acreditar que o tema de defesa do consumidor cresceu nestes continentes e explica a razão de leis de defesa do consumidor já terem surgido nos países latino-americanos.

E tudo isso ocorreu dentro de um sistema capitalista que tende a aumentar as desigualdades sociais com o passar dos tempos. É neste contexto que surge um movimento social cujo objectivo é proteger os consumidores, e o direito vai tornar-se um dos instrumentos utilizados para buscar este fim.

Sabemos que o Direito é um resultado dos conflitos sociais e não o contrário. Por este motivo, o direito do consumidor nasce nos países do primeiro mundo e, somente mais tarde, estende-se aos países de terceiro mundo. Foi no primeiro mundo que as sociedades começaram a organizar-se e a buscar instrumentos para defenderem-se.

Entretanto, antes da criação de um Direito do consumidor, ocorreu o surgimento e desenvolvimento de entidades de defesa dos consumidores em resposta aos conflitos sociais.

A sociedade de consumo desenvolve-se após a Segunda Guerra Mundial nos países de primeiro mundo e as entidades de defesa dos consumidores fortalecem-se.

Tratava-se da época de ouro dos movimentos de defesa do consumidor. No início da década de 60, dois factos demonstraram a importância que este movimento começava a ter, quais sejam, a mensagem do Presidente Kennedy ao Congresso Nacional dos Estados Unidos e a criação da International Organization of Consumers Union (IOCU), actual denominação da Consumers International¹⁸ (CI).

¹⁸ Consumers International é uma federação mundial que agrega organizações defensoras dos consumidores e trabalham em conjunto com seus associados e actuam como uma voz única global autorizada e independente dos consumidores de todo o mundo.

No dia 15 de Março de 1962, o Presidente dos Estados Unidos, John F. Kennedy, encaminhou uma mensagem especial ao Congresso Nacional de seu país a respeito dos direitos dos consumidores. Este discurso apresentou e explicitou o que entendeu serem os quatro direitos básicos dos consumidores: segurança, informação, livre escolha e serem escutados.

Surge na História, assim, a primeira enunciação politicamente significativa da ideia de direitos básicos dos consumidores. Nesta mesma época, as entidades nacionais civis de defesa do consumidor começaram a organizar-se internacionalmente.

A primeira organização de âmbito nacional típica de protecção dos consumidores foi fundada em 1936 nos Estados Unidos e existe até hoje, que é a Consumers Union. Na década de 1950, começaram a surgir organizações em outros países desenvolvidos, sobretudo na Europa – Inglaterra, Holanda, Bélgica, França, Noruega e Alemanha Ocidental. Alguns países em desenvolvimento demonstravam algumas preocupações com o tema, como foi o caso da Índia e Paquistão, por exemplo.

Representantes destas organizações do primeiro mundo decidiram encontrar-se em Haia, na Holanda, de 30 de Março a 1 de Abril na Primeira Conferência Internacional a respeito de testes de produtos. Como resultado desta conferência, foi criada a IOCU – Intenational Organization of Consumers Union – que é a actual Consumers International – CI¹⁹

Este movimento, nos países desenvolvidos, começa a estender-se para os países em desenvolvimento, cujas populações cresciam consideravelmente.

Assim, são delineados claramente alguns motivos que forçaram o surgimento de movimentos de defesa dos consumidores em todo o globo terrestre, como, a título exemplificativo:

¹⁹ Cfr. Referência 14.

- a) Alguns relatórios oficiais e extra-oficiais durante os anos sessenta e setenta insistiram na ideia de que a desigualdade do poder de barganha²⁰ é o princípio elementar para a protecção do consumidor.
- b) O mercado é falho. A aceitação e compreensão deste princípio são de suma importância para a defesa da existência das leis de defesa do consumidor, pois aponta para a incapacidade do próprio mercado defender o consumidor como muitos afirmam. O poder da escolha é que funda uma sociedade livre e próspera e que, quanto mais o Estado regula as actividades, mais o crescimento económico decresce.
- c) Existem diversos valores éticos e sociais que devem ser defendidos na sociedade. Tais valores favorecem o crescimento e desenvolvimento da mesma. Sem dúvida, os direitos básicos dos consumidores enquadram-se perfeitamente entre tais valores que devem, necessariamente, ser defendidos.
- d) O mercado, por si só, não protege os consumidores e existem valores a serem respeitados. Então, a conclusão é única: o Estado deve posiciona-se ao lado do sector social. É obrigação do Estado e do Direito protegerem os mais fracos em busca de algum tipo de bem comum.

A vulnerabilidade do consumidor é fruto deste enorme desequilíbrio que existe entre o conhecimento profissional de posse dos fornecedores e a ausência deste conhecimento por parte dos consumidores. Com o desenvolvimento tecnológico e a produção em massa de produtos, a posição do consumidor mostrou-se extremamente sujeita a todo o tipo de riscos, desde problemas de saúde e segurança, já que os consumidores não são informados a respeito dos mesmos, até os prejuízos económicos com a existência de práticas ou cláusulas abusivas ininteligíveis.

²⁰ É o mesmo que trocas comerciais pequenas ou pequenas transações.

Capítulo II

Direito do Consumidor – a Ciência

2.1 O que é Direito do Consumidor?

Aqui, vamos considerar os aspectos fundamentais relativos ao direito do consumidor, como a sua natureza jurídica, quais princípios o regem, quais normas podem ser consideradas como pertencentes ao Direito do Consumidor.

As disciplinas jurídicas jamais têm fronteiras traçadas e o direito do consumidor não é exceção à regra. Certos autores têm uma concepção mais estreita e outros, uma

Raquel Antunes Coelho

concepção mais ampla. Entretanto, não existe uma definição precisa de direito do consumidor parecendo que ela não é possível.

O Direito do Consumidor é obra relativamente recente na Doutrina e na Legislação, tendo o seu surgimento, como ramo do Direito, principalmente, na metade do século passado.

De acordo com a enciclopédia livre Wikipédia, “O direito do consumidor é um ramo do direito que lida com conflitos de consumo e com a defesa dos direitos dos consumidores, e que se encontra desenvolvido na maior parte dos países com sociedades de consumo e sistemas legais funcionais.”²¹

A maioria dos estudiosos da ciência do direito concorda que trata-se de uma abstração que carece de constante amparo para validar-se no mundo real, de tal forma que exige uma função garantidora, função esta que deve, necessariamente, ser exercida pelo poder constituído do Estado.

Com efeito, é o Estado a entidade fundamental que fornece ao Direito, subsídios materiais e instrumentais que viabilizam a sua consecução no mundo real, a fim de propiciar a instituição de garantias aos direitos do indivíduo, da colectividade, da nação.

Tendo em vista a protecção do consumidor, quanto a riscos para a sua pessoa ou para a sua personalidade, quanto aos seus interesses económicos e ao acesso efectivo a informações reais sobre os bens de consumo, tem-se cogitado sobre a edificação de legislação especial, ou, como já existe em Moçambique, a Lei de Defesa do Consumidor²², o facto de se suscitar a problemática de detectar-se, ou não, a existência de um direito do consumidor.

Discussão à parte quanto à consistência de tal posicionamento, à luz da realidade presente, há que ressaltar o carácter interdisciplinar da matéria, com noções de cunho civil, comercial, penal, administrativo e processual.

²¹ Informação disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Direito_do_consumidor.

²² Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro.

Os princípios²³ que inspiram a sua ossatura tolhem ou inibem as práticas abusivas por parte das empresas produtoras, prestadoras de serviços ou intermediárias, nas relações de consumo e suas entidades representativas para respostas eficazes a accões abusivas ou lesivas dos seus interesses individuais e colectivos.

Sendo assim, o sistema de Direito do Consumidor procura resguardar a vida, a saúde e a segurança do consumidor contra riscos decorrentes do fornecimento de bens e serviços perigosos ou nocivos e, por outro lado, intenta preservar os seus interesses económicos, assegurando a contratação justa e adequada e obviando práticas abusivas.

Visando garantir a liberdade na contratação, afastando vícios de publicidade e de informação ou excessos, no contexto dos contratos, o regime preventivo idealizado, que conta com organismos próprios de defesa, confere ao consumidor melhores condições para a aquisição e a fruição mais tranquila dos bens de consumo.

O Direito do Consumidor deve ser sempre pensado na óptica dos interesses difusos²⁴, da protecção da colectividade e, muitas vezes, em anteposição a interesses públicos ou privados.

O Direito Civil tem uma aparência universal, mas foi sempre protector da burguesia ascendente enquanto o Direito do Consumidor assume-se como particular e define-se de forma partidária, pois somente existe na exacta medida em que se justifica a protecção do consumidor.

À ciência chama-se Direito do Consumidor, o seu objecto traduz-se nas leis de defesa do consumidor.

Em razão do entendimento de que o direito do consumidor não teria um objecto específico de conhecimento, alguns autores questionam a autonomia do próprio direito do consumidor, entendendo-o como um apêndice de outros ramos do direito.

²³ São os quatro princípios enunciados pelo Presidente J. F. Kennedy a 15 de Março de 1962.

²⁴ Interesses difusos são aqueles que podem ser considerados públicos ou privados, dependendo da óptica em que o legislador o observa. Ver direitos difusos (*Cfr.* Ref. 21)

Portanto, para chegarmos a uma resposta à pergunta anunciada, “O que é direito do consumidor?” devemos antes entender a resposta de outras duas: “qual a natureza jurídica do direito do consumidor?” e “quais normas podem ser consideradas como direito do consumidor?”. Vamos responder a tais perguntas pela ordem que foram formuladas.

2.2 Natureza jurídica do direito do consumidor

Desde já, deixamos claro que o direito do consumidor é um direito difuso²⁵, conforme explica Alberto do Amaral Júnior²⁶:

“Sobretudo a partir do surgimento do Estado Social, assistimos ao aparecimento de novos institutos que não mais podem ser enquadrados quer no âmbito do direito público, quer no âmbito do direito privado. No início do século, este fato foi caracterizado como assinalando a publicização do direito privado, reconduzindo-se mais tarde a ocorrência do fenómeno inverso, ou seja, a privatização do direito público. Os dois exemplos se multiplicam atingindo diretamente os dois institutos centrais do direito privado, a propriedade e a liberdade contratual.”

O direito tradicional, público ou privado, não dá mais conta da complexidade do mundo. Por exemplo, os bens ambientais são públicos ou privados? O direito da colectividade a uma publicidade comercial saudável é público ou privado? Neste contexto, surgem os direitos difusos cujas características básicas são: “indeterminação dos sujeitos, indivisibilidade do objecto, intensa conflituosidade, duração efêmera, contingencial.”²⁷

Os problemas colectivos na sociedade de massas exigem soluções colectivas e, para tanto, as velhas fórmulas jurídicas não mais funcionam.

Portanto, num contexto em que o direito do consumidor se traduza na tutela dos consumidores de forma privada, ganha contornos privados, pertencendo ao direito privado. Porém, ao analisarmos o direito do consumidor como sendo um direito da colectividade cuja responsabilidade maior em executar pertence ao Estado, assume contornos públicos.

²⁵ Os chamados direitos difusos são aqueles cujos titulares não são determináveis, ou seja, os detentores do direito subjectivo que se pretende reger e proteger são indeterminados e indetermináveis.

²⁶ JUNIOR, Alberto do Amaral. *Protecção do consumidor no contrato de compra e venda*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993. p. 79.

²⁷ MANCUSO, Rodolfo de Camargo. *Interesses difusos*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 3ª edição, 1994. p. 73.

Daí, dizemos que o direito do consumidor é um direito difuso, por ser da colectividade indeterminável.

Não queremos dizer com isso que alguma pessoa em particular não esteja sofrendo a ameaça ou o dano concretamente falando, mas apenas e tão somente que se trata de uma espécie de direito que, apesar de atingir alguém em particular, merece especial guarida porque atinge simultaneamente a todos.

Por exemplo, se um fornecedor veicula uma publicidade enganosa na rádio, o caso é típico de direito difuso, pois o anúncio sujeita toda a população a ele submetido. De forma indiscriminada e geral, todas as pessoas são atingidas pela publicidade enganosa.

Contudo, uma pessoa em particular que tenha sido atingida e enganada pelo tal anúncio tem um direito individual próprio, que também está protegido. Ele é titular de um direito subjectivo e poderá exercer todos aqueles direitos garantidos pela Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro. Também poderá lançar mão da acção de indemnização por danos materiais e não materiais.

Portanto, quer se identifique um consumidor que foi violado no seu direito, individual, quer não se encontre nenhum, trata-se sempre de direito difuso: a não determinação do sujeito.

Então, como determinar se o Direito do Consumidor é um direito público ou privado? Por enquanto não há uma resposta objectiva. O que há são propostas a explicar que, por um lado, ele é privado e dirigido pelo Código Civil e, por outro lado, ele é público, por tratar-se de direitos colectivos.

2.3 Quais normas podem ser consideradas como de Direito do Consumidor?

Em todos os países existem leis específicas para temas como alimentos, medicamentos, seguro, saúde e tantos outros produtos. Todas estas leis, como é óbvio, estão a regular relações entre consumidores e fornecedores.

Essas leis são tantas e tão importantes que alguns autores brasileiros e portugueses entendem, inclusive, que não deveriam ser aprovadas Leis Gerais de Defesa dos Consumidores, em razão de que a defesa dos mesmos deveria estar presente em todas as leis que regulam as actividades económicas e não apenas em uma lei genérica que muitas vezes fica esquecida, é revogada por leis novas, ou é contraditória em relação a outras leis em vigor.

Tendo-se em conta que os princípios gerais é que dão coerência a um sistema jurídico, entendemos que as leis de defesa do consumidor são leis principiológicas, isto é, são baseadas em princípios fundamentais para o ser humano, para a colectividade.

Contudo, existem as leis específicas. Mas será que as leis específicas podem coexistir com as leis principiológicas, uma vez que estas buscam esgotar o sistema?

Ora, se uma lei específica tiver como objectivo defender os consumidores, então, em princípio, é uma lei de defesa do consumidor e ampliam mais o domínio do direito do consumidor.

Para que se funde um ramo novo do direito e que este ramo tenha autonomia, e as suas leis, eficácia, é preciso que haja uma enorme coerência interna neste sistema, é preciso que existam princípios gerais fundadores. As leis principiológicas são instrumento absolutamente válido e eficaz para dar coerência a um sistema jurídico autónomo de protecção do consumidor. Este não será o único instrumento²⁸, mas é o mais fácil de ser implantado em países que não têm tradição de legislar em defesa do consumidor. Na existência de um vácuo legislativo, como é o caso dos países da América Latina e África²⁹, é possível criar um sistema organizado a ser implementado.

As leis gerais não esgotam os temas da defesa do consumidor apesar de se proporem a tal, são leis estáticas na sua interpretação, têm problemas profundos de coexistência com as leis posteriores específicas ou mesmo anteriores à sua edição, criam um sistema que não se comunica com os demais sistemas jurídicos para ter uma sobrevida, formando não uma disciplina, mas um gueto.

²⁸ Refiro-me as Constituições Nacionais.

²⁹ Moçambique inclui-se em tais países com vácuo legislativo em relação ao Direito do Consumidor.

Afinal, as leis de defesa do consumidor são leis gerais ou especiais? Dependendo do ângulo que olhamos, elas podem ser uma ou outra coisa. São leis especiais materiais no sentido de que tomam um tema – a proteção do consumidor – e se especializam unicamente nele em face da lei geral que é o Código Civil, por exemplo. Mas são leis gerais em relação a outras leis que surgem para regular alguns aspectos da relação entre fornecedores e consumidores.

Portanto, quaisquer leis que defendam os consumidores dos actos abusivos dos fornecedores, seja ela geral ou específica, podem inserir-se dentro do Direito do Consumidor.

2.4 Princípios que regem as leis de defesa do consumidor.

Os princípios pelos quais se rege uma determinada norma funcionam como um vector para o intérprete. E o jurista, na análise de qualquer problema jurídico, por mais trivial que possa ser, deve, antes de mais nada, alçar-se ao nível dos grandes princípios com a finalidade de verificar em que direcção eles apontam.

Sabemos que os princípios que regem qualquer norma devem estar de acordo com os princípios constitucionais, ou seja, nenhuma interpretação será considerada jurídica se ofender um princípio constitucional, pois estes são verdadeiras vigas mestras, alicerces sobre os quais se constrói o sistema jurídico.

O princípio jurídico é um enunciado lógico, implícito ou explícito, que ocupa posição de destaque em qualquer ordenamento jurídico, e sem o qual não poderia haver todo um sistema de normas contribuindo para o bem-estar da sociedade.

Nas leis de defesa dos consumidores não poderia ser diferente. Os princípios que regem as leis de defesa dos consumidores advêm dos princípios constitucionais e, de modo algum, poderiam estar em discordância.

A Constituição (CRM)³⁰ declara que a República de Moçambique é um Estado independente, soberano e de justiça social, é um Estado de direito, baseado no pluralismo de expressão, na organização política democrática, no respeito e garantia dos direitos e liberdades fundamentais do Homem.

Conforme estabelece o artigo 2 da Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique, o seu objectivo fundamental é a defesa do consumidor, cuja finalidade é a de promover a justiça entre as relações de consumo de acordo com as normas imperativas constitucionais.

Tendo isto em conta, podemos traçar os princípios que regem as leis de defesa dos consumidores: a dignidade da pessoa humana e a boa-fé.

Embora existam outros princípios constitucionais que podem estar presente na criação de leis de defesa dos consumidores, estes dois princípios, julgo eu, são os mais importantes, os vitais.

2.4.1 O princípio da dignidade da pessoa humana

Esta é a garantia fundamental que ilumina todos os demais princípios e normas e que a ela devem respeito, dentro do sistema constitucional soberano moçambicano.

A dignidade da pessoa humana – e do consumidor – está implicitamente expressa em toda a Lei nº 22/2009 de 28 de Setembro, quer garantindo qualidade de vida ao consumidor, quer assegurando ao consumidor meios de defesa contra seus bens materiais ou morais. É a este princípio maior da dignidade que estão atrelados os direitos de protecção à vida, saúde e segurança. Ora, se não há respeito pela dignidade da pessoa humana, como haverá respeito aos direitos do consumidor como pessoa humana?

Todo o ser humano, para viver com um mínimo de dignidade, é necessário que a sua vida, saúde e segurança sejam respeitados e protegidos por uma entidade superior e respeitável, o Governo.

³⁰ Cfr. artigos 1 e 3 da CRM.

Sendo o consumidor um ser humano vulnerável diante do poderoso e bem informado fornecedor, cabe ao Estado providenciar meios para que o consumidor, ao se sentir lesado, tenha onde obter socorro e, antes disso, o Estado deve providenciar meios para que o consumidor, ao perceber que será lesado, tenha como evitar tais danos. Portanto, os governos deverão assegurar expressamente a sadia qualidade de vida do consumidor e a sua segurança, por forma a respeitar o princípio da dignidade da pessoa humana.

2.4.2 O princípio da boa-fé

O princípio da boa-fé desempenha um papel na construção de todo o sistema jurídico, bem como na aplicação efectiva dos demais princípios e normas jurídicas, suportes do modelo da sociedade capitalista contemporânea.

A boa-fé (esta, subjectiva) diz respeito à ignorância de uma pessoa acerca de um facto modificador, impeditivo ou violador de seu direito. É exactamente esta falsa crença sobre uma determinada situação pela qual o detentor do direito acredita na sua legitimidade, o motivo porque desconhece a verdadeira situação. Este princípio está largamente aclamado no Código Civil moçambicano.

Entretanto, existe a boa-fé objectiva que, de forma bruta, pode ser definida como sendo uma regra de conduta, isto é, “o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo.”³¹

Sendo assim, ao falarmos sobre boa-fé em sentido objectivo, queremos referir um comportamento fiel, leal, na actuação de cada uma das partes contratantes com a finalidade de garantir o respeito à outra.

Este princípio tem por fim garantir a acção sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão a ninguém, cooperando sempre para atingir o objectivado no contrato, efectivando o interesse das partes.

³¹ NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. 4ª ed. p. 132.

2.5 Relevância do direito do consumidor

Já sabemos que é na Constituição de um país que devem ser buscados os fundamentos para a afirmação de que as leis unificadoras do sistema jurídico de defesa do consumidor – leis que estabelecem princípios gerais, leis principiológicas – se sobrepõem em relação a outras leis do mesmo nível hierárquico.

No caso de Moçambique, por exemplo, existem artigos na Constituição da República que claramente defendem os consumidores contra os disparates abusivos dos fornecedores, como por exemplo, o artigo 92.

Partimos da ideia de que a existência de um direito constitucional de proteção dos consumidores é a base para compreender a necessária expansão horizontal das leis de proteção dos consumidores.

As leis de defesa do consumidor formam um corpo próprio, apesar de suas fontes diversas, uma vez que operam de modo vertical e horizontal. O direito do consumidor perpassa praticamente todos os ramos do direito, sem se fixar em nenhum. Ao fazer isso, cria o seu próprio ramo.

Isso só é possível através do fundamento constitucional. Se um determinado país não expressa claramente a defesa do consumidor na sua Constituição dificilmente poderá ter um sistema organizado infraconstitucional.

Quando a própria Constituição do país expressa a posição de defender os consumidores, admite a existência de uma “base”, ou seja, de direitos básicos que dão significado e coerência ao sistema. Quanto mais a Constituição do país fixar princípios básicos em defesa dos consumidores, maiores serão as possibilidades de que a lei de defesa do consumidor seja uma lei principiológica com ampla eficácia.

Com o crescimento exacerbado das sociedades e a explosão tecnológica, não há outra alternativa melhor para administrar tamanho emaranhado de relações consumistas do que leis que especifiquem os direitos básicos dos consumidores e que obriguem os fornecedores a responsabilizarem-se pelos bens ou serviços colocados à disposição da

sociedade. Somente com a criação de leis respaldadas pela Constituição da República obter-se-á um certo grau de tutela para os consumidores desinformados e vítimas dos actos abusivos dos fornecedores informados.

Capítulo III

O Direito do Consumidor em Moçambique

3.1 História

Após a independência de Moçambique, passados quase vinte anos, começam a surgir mudanças socioeconómicas no país e, em 1996, alguns deputados tomam a iniciativa de levantar a questão pertinente de que havia a necessidade de proteger os consumidores³², de forma legal e, então, proceder-se ao preenchimento da lacuna existente neste âmbito no ordenamento jurídico moçambicano.

³² *Cfr.* Documento AR – 4 / IV – 05/29.12.05.

Tal projecto nao teve o êxito esperado por não apresentar o enquadramento no contexto socioeconómico do país, como narra o Dr. Mouzinho Nicol's:

“O projecto enaltecia o papel do Estado e dos munícipes urbanos e rurais na protecção do consumidor e a urgente adopção de um instrumento legal que penalizaria práticas desleais no fornecimento de bens e serviços e que garantisse aos lesados fácil acesso à justiça.”³³

Contudo, a ideia de que a necessidade era urgente nao se dissipou. Um outro anteprojecto foi entregue à Assembléia da República pela Associação de Defesa do Consumidor de Moçambique (DECOM) em Novembro de 2002, o que veio a ter sucesso anos mais tarde, em 2009, como veremos mais adiante, em momento próprio.

3.2 Panorama legal

3.2.1 A Constituição da República de Moçambique

Todos sabemos que a Constituição é a Lei principiológica de um Estado. Nela estão afixados os princípios da organização jurídica, política, os deveres e os direitos fundamentais dos cidadãos. As normas consagradas na Constituição são alicerces para as outras normas, as específicas.

Na quarta revisão da Constituição da República de Moçambique³⁴, no seu Título III – Direitos, deveres e liberdades fundamentais, e também no Capítulo V – Direitos, deveres económicos, sociais e culturais, foi consagrado, pela primeira vez, o direito dos consumidores, no artigo 92:

³³ NICOL'S, Mouzinho. *Protecção do Consumidor na Ordem Jurídica Moçambicana*. Editora PubliFix. Maputo, 2010, pg. 63.

³⁴ Moçambique (na época, ainda Lourenço Marques) pautava-se pela Constituição portuguesa aquando ainda colónia. Mas após a independência foi concebida, na Praia do Tofo, na Província de Inhambane, em 1975, no mesmo ano da independência, uma Constituição própria de um país independente.. Tal Constituição foi revista em 1978, porém sem significantes modificações. Em 1990, foi aprovada outra Constituição, onde pautou pela ruptura do sistema marxista-leninista, de economia centralizada, cedendo lugar a economia de mercado e do multipartidarismo. Em 1992, teve lugar mais uma revisão, tratando do sistema eleitoral, por efeito do Tratado Geral de Paz. Entretanto, somente em 2004 é que a Constituição consagra tais direitos dos consumidores, muito embora, ainda, seja de forma vaga.

1- Os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços consumidos, à formação e à informação, à protecção da saúde, da segurança dos seus interesses económicos, bem como á reparação de danos.

2- A publicidade é disciplinada por lei, sendo proibidas as formas de publicidade, indirecta ou enganosa.

3- As associações de consumidores e as cooperativas têm direito, nos termos da lei, ao apoio do Estado e a serem ouvidas sobre as questões que digam respeito à defesa dos consumidores, sendo-lhes reconhecida legitimidade processual para a defesa dos seus associados.

A Constituição actual ainda não trata os direitos dos consumidores com o merecido destaque que merece, pelo que não atribui ao Estado incumbência prioritária dirigida à protecção destes direitos. Não atribui ao consumidor uma definição jurídica.

Existem, neste mesmo diploma, algumas disposições que podem ser usadas, de forma indirecta, como tutela para os consumidores, mas enquanto cidadãos. A saber, o artigo 40º, nrº. 1 – direitos à vida e à integridade física³⁵, o artigo 48º, nrº. 1 – direito à liberdade de expressão e à informação³⁶, o artigo 58º, nrº. 1 – direito à indemnização³⁷, o artigo 69º - o direito de impugnação³⁸, o artigo 70º - o direito de recorrer aos tribunais³⁹, o artigo 79º - petição, queixa e reclamação⁴⁰, o artigo 81º, nrº 1 - direito de acção popular⁴¹. Tais direitos podem ser utilizados e aplicados em defesa do consumidor.

3.2.2 O Código Civil

O Código Civil é um instrumento utilizado por todos os ramos do Direito por conter regras e princípios gerais que nada mais são do que uma teoria geral da lei.

³⁵ Todo cidadão tem direito à vida e à integridade física e moral e não pode ser sujeito à tortura ou tratamentos cruéis ou desumanos.

³⁶ Todos os cidadãos têm direito à liberdade de expressão, à liberdade de imprensa, bem como o direito à informação.

³⁷ A todos é reconhecido o direito de exigir, nos termos da lei, indemnização pelos prejuízos que forem causados pela violação dos seus direitos fundamentais.

³⁸ O cidadão pode impugnar os actos que violam os seus direitos estabelecidos na Constituição e nas demais leis.

³⁹ O cidadão tem o direito de recorrer aos tribunais contra os actos que violem os seus direitos e interesses reconhecidos pela Constituição e pela lei.

⁴⁰ Todos os cidadãos têm direito de apresentar petições, queixas e reclamações perante autoridade competente para exigir o restabelecimento dos seus direitos violados ou em defesa do interesse geral.

⁴¹ Todos os cidadãos têm, pessoalmente ou através de associações de defesa dos interesses em causa, o direito de acção popular nos termos da lei.

Faremos menção às disposições que podem ser aplicadas em defesa do consumidor, embora este apareça no referido Código na figura do contraente, quer seja o comprador, o locatário ou o mutuário.

Encontramos, no Código Civil, o princípio da boa-fé - artigos 227⁴² e 762 nrº. 2⁴³, o princípio de proibição do abuso de direito – artigo 334⁴⁴, o princípio da proibição do pacto comissório – artigo 694⁴⁵, o princípio da proibição do pacto leonino – artigo 994⁴⁶.

Claramente observamos que, embora o CC seja um instrumento de utilidade para muitas Ciências, também poderá ser utilizado para que os direitos dos consumidores sejam preservados, mesmo que não o faça de maneira específica, por não tratar-se de um Código específico para a defesa do consumidor, e sim, para a defesa do cidadão, de uma forma geral.

Assim, desfiando o CC, encontramos vários outros artigos que possibilitam a defesa do consumidor, como por exemplo, o artigo 483 e seguintes, que dá amparo legal ao consumidor, no que concerne à responsabilidade do facto ilícito, e o nr. 1 apresenta-se como a primeira regra geral de protecção do consumidor em caso de dano.

Outra disposição interessante para o Direito do Consumidor, no CC, é o artigo 921, estabelecendo que se o vendedor estiver obrigado a garantir o bom funcionamento da coisa vendida deve repará-la ou substituí-la, independentemente de culpa ou erro do comprador.

O artigo 562 e seguintes dispõe sobre obrigação de indemnização. Peso, medição e contagem também estão previstos no CC, no artigo 887 e seguintes⁴⁷.

⁴² Quem negocia com outrem para a conclusão de um contrato deve, tanto nos preliminares como na formação dele, proceder segundo as regras de boa-fé, sob pena de responder pelos danos que culposamente causar à outra parte.

⁴³ No cumprimento da obrigação, assim como no exercício do direito correspondente, devem as partes proceder de boa fé.

⁴⁴ É legítimo o exercício de um direito, quando o titular exceda manifestamente os limites impostos pela boa fé, pelos bons costumes ou pelo fim social ou económico desse direito.

⁴⁵ É nula, mesmo que seja anterior ou posterior à constituição da hipoteca, a conveção pela qual o credor fará sua a coisa onerada no caso de o devedor não cumprir.

⁴⁶ É nula a cláusula que exclui um sócio da comunhão nos lucros ou que o isenta de participar nas perdas da sociedade, salvo ...

3.2.3 O Código Penal

Nullun crimen sine lege. A tipicidade é a característica fundamental do Código Penal (CP). De acordo com ela, nenhum acto pode ser considerado criminoso se não estiver previsto na lei e, nenhuma pena pode ser aplicada se não houver um crime, *nullun poena sine crimine.*

O Código Penal vigente em Moçambique enumera várias condutas como sendo criminosas, o que vem a acarretar a responsabilidade criminal para os que as transgridem. Condena algumas práticas comerciais desonestas, protegendo os interesses dos consumidores, embora o faça de forma indirecta.

Começemos por citar o artigo 27 que diz que “A responsabilidade criminal consiste na obrigação de reparar o dano causado na ordem moral da sociedade, cumprindo a pena estabelecida na lei e aplicada por tribunal competente.”

O CP pune, também, certos actos de venda ou exposição de substâncias venenosas ou abortivas (artigo 248). O artigo 251⁴⁸ estabelece ser crime contra a saúde pública a alteração de géneros destinados ao consumo público. O artigo 275 tipifica como crime a prática do monopólio, a recusa de venda de géneros alimentícios para o uso do público (açambarcamento). O artigo 276, por sua vez, diz ser crime a alteração dos preços que resultariam da natural e livre concorrência designadamente através da coligação com outros indivíduos (especulação).

Algumas fraudes nas vendas, como por exemplo, mentir ou omitir sobre a natureza e sobre a qualidade das coisas vendidas, também são consideradas crime pelo artigo 456.

⁴⁷ Conjugados com a Postura sobre Aferições, publicado no Boletim Oficial nr. 44, III Série, de 02 de Novembro de 1986.

⁴⁸ Aquele que de qualquer modo alterar géneros destinados ao consumo público, de forma que se tornem nocivos à saúde, e os expuser à venda assim alterados, e bem assim aquele que do mesmo modo alterar géneros corruptos, ou fabricar ou vender objectos, cujo uso seja necessariamente nocivo à saúde, será punido (...).”

3.2.4 O Código Comercial

De acordo com o artigo 5 do Código Comercial⁴⁹ (CCo), quando um facto se traduz num acto de comércio, e mesmo que este acto seja apenas quanto a uma das partes, todos os contraentes ficam sujeitos à lei comercial.

Sabemos que o comerciante não compra os produtos para seu uso pessoal, mas sim, para revendê-los às outras pessoas. Ele é o elo que liga o fornecedor ao consumidor. Ele adquire os produtos junto aos fornecedores e, mediante um lucro, coloca os produtos à disposição dos consumidores. Isto é comércio.

A relação de consumo nada mais é do que uma relação comercial, e está sob tutela do Código Comercial. Assim sendo, podemos encontrar neste código algumas disposições referentes ao consumo. O artigo 458 e seguintes, regulam os contratos e obrigações mercantis; o artigo 467 faz menção às cláusulas comuns aos contratos, bem como a sua nulidade (artigo 473), quando são contrários aos princípios da boa-fé e da equidade ou se for bastante gravoso para uma das partes contraentes, incluindo as condições gerais nos contratos de adesão (artigo 474).

Temos também o artigo 477, depósito de coisa vendida, e a execução coactiva por incumprimento do comprador (artigo 478). Como estes, existem muitos mais disposições pertinentes ao Direito do Consumidor, podendo, de forma indirecta, serem utilizados para a salvaguarda dos interesses dos consumidores.

3.2.5 O Código de Publicidade – Decreto nº. 65/2004, de 31 de Dezembro

Este código foi publicado no Boletim da República nr. 52 da I Série, aos 31 de Dezembro de 2004. O artigo 92, nr. 2 da Constituição da República diz que "A publicidade é disciplinada por lei, sendo proibidas as formas de publicidade oculta, indirecta ou enganosa." Como vemos, o Código de Publicidade (CPu) foi criado a partir de uma disposição constitucional.

⁴⁹ Decreto-Lei nr. 2/2005, de 27 de Dezembro, este código foi aprovado substituindo o anterior, de 1888.

O artigo 4 do CPu dispõe os princípios gerais em que se rege a publicidade, e são eles: o princípio da licitude⁵⁰, o princípio da identificabilidade⁵¹, o princípio da veracidade⁵² e o respeito pelos direitos do consumidor⁵³.

Igualmente, os artigos 34, 35 e 37 dissertam que as infracções constituem transgressões passíveis de aplicação de multas, sem prejuízo de outras penalizações previstas na legislação aplicável e os co-autores serão igualmente punidos, cabendo à Inspeção-Geral do Ministério da Indústria e Comércio a instauração do processo de transgressões.

3.2.6 A Lei nº. 22/2009 de 28 de Setembro – Lei de Defesa do Consumidor

No dia 29 de Maio de 2009, a Assembleia da República aprovou, por unanimidade, a proposta da Lei de Defesa do Consumidor. Este facto foi um grande avanço no que diz respeito à salvaguarda dos interesses dos consumidores, bem como consciencializar os fornecedores sobre as suas responsabilidades, respeitando o consumidor.

O presidente da Comissão de Assuntos Sociais do Género e Ambiente (CASGA), o deputado Alexandre Meque, considerou que a “configuração do mercado (moçambicano) baseado na produção em massa, pelo domínio do crédito, marketing e práticas comerciais abusivas, coloca o consumidor numa situação de extrema vulnerabilidade face aos agentes económicos, necessitando, por isso, de protecção legal.”⁵⁴

Esta foi a terceira proposta de lei sobre o tema que entrou no parlamento para ser debatida e aprovada. A primeira proposta foi em 1999, criada por uma organização da

⁵⁰ Artigo 5, nr.1: É proibida a publicidade que, pela forma, objecto ou fim, ofenda os valores, princípios e instituições fundamentais constitucionalmente consagrados.

⁵¹ Está pautado no artigo 6, e diz que a publicidade deve ser identificada, inequivocamente, como tal, não importante o meio pela qual foi difundida.

⁵² O artigo 8 diz que a publicidade deve respeitar a verdade e, de modo algum, deformer os factos.

⁵³ Artigo 10: “A publicidade não deve atentar contra os direitos do consumidor nem contrariar a legislação inerente em vigor.

⁵⁴ Informação disponível em <http://www.decom.org.mz/2010/04/ar-aprova-proposta-da-lei-de-defesa-do-consumidor-4/>.

sociedade civil de defesa dos direitos dos consumidores. Embora tenha sido depositada no parlamento, não foi aprovada.

No ano de 2006, foi depositada um outro ante-projecto por uma outra organização com o mesmo fim, mas foi igualmente reprovado.

Entretanto, aos 23 de Março de 2009, a terceira proposta, a actual Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro, através do Conselho de Ministros, deu entrada no Parlamento, e foi aprovada finalmente.

A Lei de Defesa do Consumidor é constituída por 41 artigos, dispostos em 9 capítulos.

O capítulo I diz respeito aos princípios gerais: Definições (artigo 1) e objecto (artigo 2). O Capítulo II fala da política de defesa do consumidor: Princípio geral (artigo 3) e responsabilidade (artigo 4). O capítulo III refere-se aos direitos dos consumidores: Direitos do consumidor (artigo 5), direito à qualidade dos bens e serviços (artigo 6), direito à protecção da vida, saúde e da segurança física (artigo 7), direito à formação e à educação para o consumo (artigo 8), direito à informação em geral (artigo 9), direito à informação em particular (artigo 10), direito à protecção dos interesses económicos (artigo 11), direito à prevenção e acção inibitória (artigo 12), forma de processo de acção inibitória (artigo 13), direito à reparação de danos (artigo 14), responsabilidade por vício do bem (artigo 15), responsabilidade por vício do serviço (artigo 16), legitimidade activa (artigo 17), direito à protecção jurídica e direito a uma justiça acessível e pronta (artigo 18), direito de participação por via representativa (artigo 19), direito a protecção contra a publicidade enganosa e abusiva (artigo 20). O capítulo IV fala da protecção contratual: Protecção dos interesses económicos (artigo 21), cláusulas abusivas (artigo 22), publicidade com preços (artigo 23), outorga de crédito (artigo 24), pagamento em prestações (artigo 25), contrato de adesão (artigo 26). O capítulo V diz respeito as práticas Comerciais: Oferta de produtos e serviços (artigo 27), práticas abusivas (artigo 28), obrigatoriedade de orçamento (artigo 29), cobrança de dívida (artigo 30). O capítulo VI refere-se ao carácter injuntivo dos direitos dos consumidores: Nulidade (artigo 31). O capítulo VII fala a respeito das sanções administrativas: actuação da administração (artigo 32), sanções (artigo 33). O capítulo VIII disserta sobre a defesa do consumidor em juízo: Protecção jurídica (artigo 34). O capítulo

IX fala sobre as instituições de promoção e tutela dos direitos do consumidor: Associações de consumidores (artigo 35), direito das associações de consumidores (artigo 36), acordos de boa conduta (artigo 37), ministério público (artigo 38), instituto do consumidor (artigo 39). O capítulo X, por sua vez, refere-se às disposições finais: Vigência (artigo 40), entrada em vigor (artigo 41).

Capítulo IV

Os Direitos Básicos dos Consumidores

4.1 Os direitos básicos do consumidor em geral

Com a criação da IOCU – International Organization of Consumers Union, actual Consumers International⁵⁵, surgiu a questão de como as Nações Unidas poderiam contribuir relevantemente para o desenvolvimento do movimento de protecção dos consumidores.

Então, na década de 70, quando a IOCU já contava com mais de 100 entidades filiadas, num congresso realizado em Sidney, Austrália, mais precisamente em 1975, foram aprovadas importantes resoluções a respeito do tema:

- a) A Secretaria Geral da ONU deveria preparar e publicar um relatório sobre a protecção do consumidor nos estados membros da ONU, cobrindo uma série de medidas de protecção do consumidor.
- b) A ECOSOC⁵⁶ deveria designar um Grupo de especialistas para preparar para sua consideração e recomendação á Assembleia Geral um Código Prático de Protecção do Consumidor Modelo;
- c) A Assembleia Geral da ONU deveria considerar e recomendar a adopção de um código modelo aos estados membros e estabelecer uma Agência de Protecção do Consumidor para monitorar a sua eficácia, manter o seu projecto sob revisão regular e assistir a sua execução.⁵⁷

As Nações Unidas queriam incentivar os países em desenvolvimento a iniciarem as suas leis de defesa dos consumidores. Muitas tentativas foram infrutíferas. Somente em 1985, a ONU apresenta um relatório que foi amplamente aprovado. Tratava-se da Resolução nr. 39 / 248 de 1985. Esta resolução foi plenamente aceite pelos países em desenvolvimento. Nela os direitos básicos dos consumidores são reconhecidos e aprovados legalmente em quase todos os países da América Latina, sendo que em grande parte deles ocorreu este reconhecimento no âmbito constitucional.⁵⁸

Em África, ocorre um tímido início de movimento através da aprovação de leis de protecção dos consumidores. Em 1985, somente quatro países tinham entidades de defesa do consumidor, enquanto, em 1996, já eram mais de oito.

⁵⁶ Informação disponível em <http://www.un.org/en/ecosoc/about/index.shtml>. Este é um dos mais importantes conselhos das Nações Unidas, composto por 54 membros eleitos pela Assembleia Geral por períodos de 3 anos. Destina-se ao estudo de questões relativas à saúde, organização económica, direitos da mulher, varas internacionais de infância, direito trabalhista internacional, direito cultural e de independência dos povos de todo o mundo. Ver, também, http://pt.wikipedia.org/wiki/Conselho_Económico_e_Social_das_Nações_Unidas.

⁵⁷ O texto completo encontra-se nos Anais da 8ª Conferência da IOCU, Sidney, 24 a 27 de Março de 1975 (tradução livre).

⁵⁸ México, Colômbia, Equador, Brasil, Peru, Venezuela, Argentina, Costa Rica, El Salvador, Paraguai, Guatemala.

A aprovação de leis de defesa do consumidor é muito mais forte na Ásia e nos países do Pacífico, em comparação com os países da África em razão de seu acentuado desenvolvimento económico.

Percebe-se, de alguma forma, que houve uma enorme movimentação por aprovação de leis de defesa dos consumidores a partir da Resolução das Nações Unidas.

É preciso ressaltar que, inicialmente, a forma de apresentação das Diretrizes não é de um texto legal, mas sim uma proposta de políticas públicas a serem adoptadas pelos países. Contudo, é possível extrair de seu texto uma verdadeira pauta de temas a serem objecto de legislação e, em alguns casos, existe o devido detalhamento a ponto de ser viável, a partir dessas formulações, redigir facilmente um texto de lei.

Eis, então, os direitos básicos dos consumidores, em geral, apresentados pelas ONU, nos termos da Resolução da Assembleia Geral nr. 39 / 248 de 9 de Abril de 1985:

- a) protecção contra os riscos à saúde e segurança;
- b) protecção dos interesses económicos;
- c) acesso a informação adequada a respeito dos produtos e serviços;
- d) educação para o consumo;
- e) reparação de danos;
- f) liberdade de associação e participação da sociedade civil organizada nos processos de tomada de decisões que a afetem.

Em 1999, foi incluído um sétimo direito básico dos consumidores nas Diretrizes das Nações Unidas:

- g) a promoção de padrões de consumo sustentáveis.

4.1.1 A protecção contra os riscos à saúde e segurança

Este é um dos objectivos centrais da protecção do consumidor que se relaciona com os demais. De uma forma geral, deseja-se que os consumidores tenham direito a produtos e

serviços seguros, cuja responsabilidade pertence aos governos e aos fornecedores garantirem esse direito. Aos governos cabe a promoção de políticas, leis, regulamentos de segurança, ou seja, uma actuação concreta no sentido de atender a este direito básico dos consumidores. Aos empresários cabe o cumprimento destes regulamentos e a adopção de padrões voluntários de segurança.

A necessidade da existência de políticas governamentais e empresariais para informar os consumidores dos riscos dos produtos é outra regra geral. Uma novidade das Diretrizes foi estabelecer que compete aos fornecedores informar as autoridades e os consumidores a respeito de riscos de segurança dos produtos, descobertos quando os mesmos já se encontram no mercado de consumo. Finalmente, existe também a expressa previsão do *recall*⁵⁹ quando os produtos colocados no mercado forem defeituosos.⁶⁰

4.1.2 A protecção dos interesses económicos

Por serem vários os parágrafos das Diretrizes que tratam da protecção dos interesses económicos dos consumidores, vamos agrupá-los em três tipos:

- a) Garantia da existência de políticas governamentais para otimizar o uso dos recursos económicos pelos consumidores, incluindo questões de durabilidade dos produtos, necessidade de garantir a competitividade entre o sector empresarial, garantia de acesso dos consumidores aos produtos e serviços básicos, incentivo á informação de cooperativas, regulamentação dos pesos e medidas dos produtos.
- b) Proibição de práticas comerciais prejudiciais aos consumidores, tais como, a adulteração de alimentos, publicidade enganosa, contratos com cláusulas abusivas, oferecimento de crédito abusivo.

⁵⁹ Muito praticado nos países do chamado Primeiro Mundo, o recall começa a funcionar em países em desenvolvimento, como o Brasil, especialmente após a edição da Lei nr. 8.078/90, onde está inserido. Por meio deste instrumento, a norma protecionista pretende que o fornecedor impeça ou procure impedir, ainda que tardiamente, que o consumidor sofra algum dano ou perda em função de vício que o produto ou serviço tenham apresentado após a sua comercialização. O alvo evidente desta regra legal são as produções em série. O fornecedor fica obrigado a informar tanto as autoridades quanto aos consumidores que descobriu um defeito ou um vício no produto que já está no mercado a ser comercializado, por todos os meios de comunicação disponíveis e, claro, com as despesas a correr por sua conta.

⁶⁰ Cfr. Artigo 10, parágrafos 1º e 2º, respectivamente, do Código de Defesa do Consumidor do Brasil (Lei nr. 8.078/90): O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o facto imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários. Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

c) Garantir a existência de sistemas para solucionar problemas que surgirem nos produtos, oferecimentos de serviços de pós-venda por parte das empresas para reparo e troca de peças, disponibilidade empresarial para solucionar voluntariamente os conflitos de maneira justa, agilizada e informal.

4.1.3 O acesso á informação adequada a respeito dos produtos e serviços

Este direito básico está interdependente dos demais direitos. Observa que todos os participantes das relações de consumo dever ter acesso livre á informação correcta e pertinente.

Este é um direito geral à informação a respeito da maneira correcta e segura de utilizar os produtos, bem como quanto aos riscos que os mesmos possam apresentar.

Os consumidores têm o direito de serem informados a respeito de como ter acesso a sistemas de solução de conflitos; os governos devem manter uma rede internacional de informações a respeito das políticas nacionais e dos produtos que forem considerados perigosos.

4.1.4 Educação para o consumo

Esta educação tem por finalidade formar pessoas conscientes e informadas no sentido de que possam fazer respeitar os seus direitos básicos. Por isso, é importante que exista uma política governamental que desenvolva programas de educação dos consumidores, bem como a educação para o consumo faça parte dos currículos escolares, cujos temas centrais devem ser saúde, nutrição, prevenção de doenças, adulteração de alimentos, segurança, rotulagem de produtos e informações sobre a legislação relevante.

4.1.5 Reparação de danos

A Diretriz mostra a real importância dos governos se comprometerem a desenvolver políticas que regulamentem as responsabilidades dos fornecedores de produtos e serviços e define a necessidade de regras claras para que o consumidor ou as associações que os representam possam buscar a reparação dos danos que sofrerem.

Embora não esteja explícita no texto a responsabilidade objectiva, mas sim de uma forma tímida, admitimos estar presente de forma clara por ser o direito á reparação de danos um direito básico.

4.1.6 Liberdade de associação e participação da sociedade civil organizada nos processos de tomada de decisões que a afetem

Este tema também não é tratado nas Diretrizes com o merecido destaque. Embora fixe a importância de que os consumidores devam organizar-se com a finalidade de estabelecer programas de informação e educação, em especial para os consumidores de pequena renda, o faz de forma não enfática.

Somente expressa a orientação no sentido de que as organizações de consumidores acompanhem e denunciem práticas indevidas como, por exemplo, adulteração nos alimentos e fraudes nos serviços.

4.1.7 A promoção de padrões de consumo sustentável

Em 1985, ano em que as Diretrizes foram elaboradas, ainda não estava na pauta das discussões a relação entre a deterioração ambiental e o desenvolvimento da sociedade de consumo.

Entretanto, nos últimos 30 anos, as sociedades de defesa do consumidor depararam-se com problemas novos, como por exemplo, o que diz respeito à relação entre os padrões de consumo e a proteção ambiental. Este direito básico estava em falta: o direito da presente e das futuras gerações viverem dignamente neste nosso planeta e também os deveres de todos para que se alcançasse esse objectivo.

A inclusão do tema do consumo sustentável determina uma enorme ampliação no âmbito de aplicação das diretrizes para a proteção do consumidor. Isso porque a prioridade não será mais a implementação desses direitos e deveres apenas nos países de terceiro mundo, mas em todos os cantos do planeta. Refere-se a direitos colectivos da sociedade actual e das futuras de sobreviverem com uma qualidade de vida satisfatória. A humanidade tem este direito e os diversos actores da sociedade de consumo devem cumprir seus papéis visando atender este objectivo.

“as principais causas da deterioração ininterrupta do meio ambiente mundial são os padrões insustentáveis de consumo e produção, especialmente nos países industrializados. Motivo de séria preocupação, tais padrões de consumo e produção provocam o agravamento da pobreza e dos desequilíbrios.”⁶¹

Podemos afirmar que a partir destes direitos básicos dos consumidores estipulados no relatório da ONU nasceram muitas legislações e entidades em defesa dos consumidores, e não somente nos países não desenvolvidos, mas também em países desenvolvidos. E a tendência é que, com o passar dos anos, os países venham a incorporar nas suas legislações nacionais, os direitos básicos dos consumidores.

O texto das Diretrizes da ONU expõe cada um destes direitos, fazendo proposições específicas para servirem de fundamento para a implementação de políticas nacionais referentes ao tema. Os objectivos gerais que a ONU almeja com estas diretrizes são:

- (a) auxiliar países a alcançar ou manter a protecção adequada da sua população como consumidores;
- (b) facilitar os padrões de produção e distribuição que respondam às necessidades e desejos dos consumidores;
- (c) estimular um alto grau de conduta ética dos envolvidos na produção e distribuição de bens e serviços aos consumidores;
- (d) auxiliar países a coibir práticas comerciais abusivas por todas as empresas, em níveis nacionais e internacionais, que prejudiquem os consumidores;

⁶¹ Agenda 21, capítulo 4. *Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento*, Rio de Janeiro, de 3 a 14 de Junho de 1992.

- (e) facilitar o desenvolvimento de grupos independentes de defesa dos consumidores;
- (f) promover a cooperação internacional na área de proteção do consumidor;
- (g) estimular o desenvolvimento de condições de mercado que ofereçam aos consumidores uma escolha maior com preços menores;
- (h) promover o consumo sustentável.

4.2 Os Direitos Básicos do Consumidor em Moçambique

Em Moçambique, a Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro consolidou um passo importantíssimo para o desenvolvimento económico e social do país. Reconheceu e apontou um sujeito necessitado de protecção do Estado. Trata-se do consumidor, identificado constitucionalmente⁶² como agente a ser necessariamente protegido de forma especial, e esta tutela foi concretizada através da lei supracitada e a sua lista de direitos básicos do consumidor, constantes em seu artigo 5:

- a) direito à qualidade dos bens e serviços;
- b) direito à protecção da vida, saúde e da segurança física;
- c) direito à formação e educação para o consumo;
- d) direito à informação para o consumo;
- e) direito à protecção dos interesses económicos;
- f) direito à prevenção e a reparação dos danos patrimoniais ou não-patrimoniais que resultem da ofensa de interesses ou direitos individuais homogénios, colectivos ou difusos;
- g) direito à protecção jurídica e a uma justiça acessível e pronta;
- h) direito à participação, por via representativa, na definição legal ou administrativa dos seus direitos e interesses;
- i) direito à protecção contra a publicidade enganosa e abusiva.

⁶² Cfr. Constituição da República de Moçambique, nº 1 do artigo 92: “Os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços consumidos, à formação e à informação, à protecção da saúde, da segurança dos seus interesses económicos, bem como à reparação de danos.”

A partir deste momento, passamos a apresentar, separadamente, aspectos importantes dos direitos acima citados.

4.2.1 Direito à qualidade dos bens e serviços

O artigo 6 da referida lei relata, de forma clara e concisa, o que vem a ser o direito à qualidade dos bens e serviços pelos consumidores. Firma-se que o consumidor tem o direito de ser protegido contra produtos e serviços que, ou não funcionam como deveriam, ou provocam danos ao consumidor ou a outrem na altura da sua utilização.

Este direito encontra-se em perfeita consonância com os maiores princípios constitucionais, especialmente os da dignidade da pessoa humana.

Para exercer o direito contra danos, ou seja, pelo facto do produto ou serviço não corresponderem ao anunciado pelo seu fornecedor (segurança, durabilidade, desempenho), no caso de bens móveis não consumíveis, o consumidor tem um período não inferior a um ano, e para bens imóveis, o prazo mínimo é de cinco anos.

O consumidor também pode fazer reclamações com base na garantia dada pelo fornecedor do produto ou serviço, caso exceda o prazo mínimo exigido por lei.

Recomenda-se que toda a insatisfação na relação de consumo seja resolvida directamente entre as partes (no caso, fornecedor e consumidor); caso não seja possível se chegar a um acordo, existe o órgão administrativo para o registo da reclamação - DECOM – Associação de Defesa do Consumidor.

Existe, também, a apresentação de reclamações através do Livro de Reclamações, a efectuar no local da ocorrência; através dos meios online disponibilizados pelas empresas ou ainda através de uma carta formal de reclamações.

Há, ainda, o Poder Judiciário, última saída para a resolução de qualquer conflito, cuja decisão será definitiva e irreversível.

4.2.2 Direito à protecção da vida, saúde e segurança física

A alínea b) do artigo 5 da referida Lei assegura um direito de protecção da vida, da saúde e da segurança, o mais básico e mais importante dos direitos do consumidor, tendo em vista que a nossa sociedade é uma sociedade de riscos; muitos produtos, muitos serviços e mesmo práticas comerciais são efectivamente perigosos e danosos para os consumidores. Este direito básico é desenvolvido no artigo 7 da mesma Lei.

Entendemos que as relações de consumo devem ser realizadas em moldes tais para não colocar em risco a incolumidade física ou psíquica do consumidor. Este preceito tratou de esclarecer que os produtos e serviços, em regra, não devem acarretar risco à saúde ou à segurança do consumidor, com excepção apenas daqueles considerados normais e previsíveis e, mesmo assim, com a obrigação do fornecedor dar as informações necessárias e adequadas a respeito dos mesmos.

Neste caso, trata-se de riscos qualificados como normais e previsíveis e serão tolerados pelo consumidor, desde que acompanhados de informações claras e precisas a seu respeito. Trata-se, portanto, de produtos potencialmente nocivos ou perigosos, como, por exemplo:

- o fornecimento de bebidas alcoólicas, fumo e agrotóxicos (que são produtos nocivos à saúde e que devem ser utilizados da maneira correcta e somente para os fins a que se destinam);
- fornecimento de fogos de artifício (é um produto altamente perigoso e deve conter instruções de manuseamento para que seja utilizado da maneira correcta e para os fins a que se destina);
- fornecimento de material radioactivo (é um produto nocivo à saúde e perigoso, simultaneamente);
- detectização de prédios (é um serviço nocivo à saúde se não for executado de forma correcta);
- demolição de prédios (é um serviço perigoso e envolve explosivos altamente fatais).

Estes produtos e serviços não estão explícitos na Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique⁶³; entretanto, cuidamos de citá-los para que haja uma pequena ideia de como estamos rodeados de produtos e serviços que podem colocar em risco a nossa saúde, a nossa integridade física e psíquica e até mesmo a nossa vida caso sejam utilizados ou efectuados de forma inapropriada.

Este direito básico de segurança é um fundamento único ou fonte única do dever de segurança ou de cuidado dos fornecedores quando colocam produtos e serviços no mercado moçambicano. É por isso que afirmamos que a Lei de Defesa do Consumidor quebra *summa divisia* entre responsabilidade contratual e extracontratual, pois agora o importante é a segurança das vítimas consumidoras que dever ser assegurada por toda a cadeia de fornecedores, sejam eles contratantes directos (responsabilidade contratual) ou não, com os consumidores.

Por outras palavras, esta Lei impõe a todos os fornecedores um dever de qualidade dos produtos e serviços que presta e assegura a todos os consumidores um direito de protecção, fruto do princípio de confiança e de segurança. A Lei coloca à disposição de toda a sociedade consumista os serviços da Administração Pública que, no exercício das suas funções, tenham o conhecimento da existência de bens e serviços proibidos nos termos da mesma Lei, devem notificar às entidades competentes para a fiscalização do mercado.

Note-se que, tratando-se de produtos defeituosos sujeitos à vigilância sanitária ou qualquer forma de controle e fiscalização governamental, cumpre às autoridades administrativas aplicar as sanções administrativas, que podem consistir na apreensão ou inutilização do produto, na cassação do registo, na proibição de fabricação, suspensão de fornecimento, etc.

Contudo, se não houver sujeição à fiscalização governamental, não há possibilidade de reparação preventiva, a não ser por iniciativa da própria empresa, através da recolha dos produtos defeituosos (que é a norma chamada *recall* já referida anteriormente).

⁶³ A Lei nº 22/2009 de 28 de Setembro somente refere-se, no nº 1 do artigo 7, que “é proibido o fornecimento de bens ou a prestação de serviços que, em condições de uso normal ou previsível, incluindo a duração, impliquem riscos incompatíveis com a sua utilização.

Neste interim, o consumidor deve provar que foi lesado e que o produto ou serviço defeituoso foi o causador do dano ao consumidor. O fornecedor deverá ser responsabilizado objectivamente por qualquer prejuízo de cunho pessoal ou económico do consumidor através de indemnizações⁶⁴ estipuladas em juízo.

Nos termos da Lei de Defesa do Consumidor moçambicana, os organismos autorizados da Administração Pública têm competência para mandar apreender e retirar do mercado os bens e interditar os serviços que possam acarretar qualquer perigo para a saúde ou segurança física dos consumidores, quando utilizados em condições normais ou razoavelmente previsíveis.

4.2.3 O direito à formação e à educação para o consumo

Desde os primórdios das discussões da aprovação de directivas de protecção ao consumidor, o direito à informação dos consumidores sempre foi considerado com prioritário. É tamanha a importância deste direito, que a Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro o seu artigo 8 bem minuciosamente a explicar tal tema. A Lei incumbe ao Estado manter informada a sociedade através da promoção de uma política educativa para os consumidores, criando programas e actividades escolares e utilizando-se dos meios de comunicação social. Somente uma sociedade educada para saber como consumir é que pode sanar todos os males advindos de produtos e serviços postos no mercado de forma abusiva. Compete às autoridades governamentais oferecer mecanismos capazes e eficazes para que a população obtenha conhecimentos para um consumo responsável e seguro.

Para que este objectivo seja alcançado, a Lei de Defesa do Consumidor estabelece que “os programas de carácter educativo difundidos no serviço público de rádio e de televisão devem integrar espaços destinados à educação e à formação do consumidor.”⁶⁵

“A educação deve ser entendida de duas formas: a formal, “ou seja, aquela transmitida em escolas, desde o primeiro grau, até o ensino universitário, a respeito”; e a informal, “que se faz pelos meios de comunicação de massa, pelas entidades de defesa ou

⁶⁵ Cfr. nr. 3 do artigo 8 da Lei de Defesa do Consumidor (Lei nr.22/2009 de 28 de Setembro).

proteção do consumidor ... e pelas entidades não governamentais, como associações de defesa do consumidor.”⁶⁶

Uma sociedade bem educada leva ao desenvolvimento eficaz e seguro do país, portanto, a formação e educação para o consumo são tão necessárias quanto a própria educação escolar didáctica, instruindo a sociedade de consumo a optar por produtos seguros e que não ofereçam nenhum tipo de risco à saúde, principalmente no tocante à medicamentos, alimentos e outros. Temos testemunhado diversos estabelecimentos comerciais que, abusivamente, colocam à venda produtos com prazos de validade vencidos.

Um consumidor bem preparado, ao adquirir um produto, irá procurar os prazos de validade inseridos nos rótulos dos produtos. Caso encontre algum fora do prazo, saberá que atitude tomar diante do facto. Entretanto, um consumidor mal preparado, irá adquirir um produto que por certo o afectará, senão sua saúde, economicamente, uma vez que tal produto não apresentará o efeito desejado ou esperado por estar fora do prazo de sua eficácia. E o pior de tudo, não saberá a quem recorrer, ficando assim com todos os prejuízos.

Portanto, é somente através da consciencização do consumidor sobre os seus direitos e obrigações no âmbito das relações de consumo, bem com a garantia de igualdade nas respectivas contratações, que será possível garantir-lhe, de forma eficaz e plena, os ideais proclamados pela Lei de Defesa do Consumidor.

4.2.4 Direitos à informação para o consumo

Além da formação e educação para as relações de consumo, a informação também foi declarada como um direito básico do consumidor, no sentido de ele ter ciência sobre os diferentes produtos e serviços e suas respectivas características, assim como também se apresentam algum tipo de risco no consumo. Este direito já é consagrado pela Constituição (CRM), no nr. 1 do artigo 48º, *in fine*.

⁶⁶HONESKO, Raquel; RAGAZZI, José Luiz. *Direito do Consumidor I*. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. pg. 71.

A informação passou a ser elemento inerente ao produto e serviço, bem como a maneira como deve ser fornecida. Toda a informação deve ser correcta, clara, precisa, ostensiva e objectiva.

A Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique admite duas formas⁶⁷ ao enunciar o direito à informação: a primeira, de forma geral, que se traduz na incumbência do Estado de informar; a segunda, de forma particular, incumbe o fornecedor de prestar informação adequada.

O direito à informação de forma geral releva o facto de que o consumidor é vulnerável e necessita da presença do Estado no mercado para protegê-lo contra o *expert* fornecedor. Até mesmo porque a Lei procura, de forma concisa, colocar o consumidor em pé de igualdade com o fornecedor, o que vem a ser uma tarefa árdua, por ser o consumidor a “parte mais fraca” da relação de consumo.

Através de associações de apoio aos consumidores, serviços públicos de informação ao consumidor, base de dados digitais, informações pelos meios de comunicação públicos, fiscalizando as propagandas (se estas são lícitas, inequívocas e se respeitam a verdade e os direitos dos consumidores) e em línguas nacionais, com particular destaque para a língua portuguesa, o Estado busca efectivar a sua parte da responsabilidade em manter a sociedade informada sobre os bens e serviços postos no mercado para consumo.

Vamos referir neste ponto que as mensagens contidas nas publicidades dos bens ou serviços são consideradas partes integrantes do conteúdo dos contratos que se venham a celebrar após a sua emissão, entendendo serem não escritas as cláusulas contratuais em contrário.

No direito à informação de forma particular, o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto e do serviço, suas características, qualidades, riscos, preços, data de fabricação, prazo de validade, origem, etc., de maneira clara e precisa, não se admitindo falhas ou omissões.

⁶⁷ Cfr. artigos nrsº 9 e 10 da Lei nº 22/2009 de 28 de Setembro.

Deste modo, é direito do consumidor estar a par de todas as características que envolvam a relação de consumo, quer seja no tocante a produtos quer seja no que se refere a serviços. Exemplo disso é o dever que actualmente têm os fornecedores de produtos, que utilizem organismos geneticamente modificados (os chamados transgénicos) na sua composição, em percentagem superior a um por cento, de informar os consumidores acerca de tal situação, para que possam optar pela sua aquisição ou não.⁶⁸

O dever de informar do fornecedor está relacionado ao aspecto do risco para a saúde e segurança do consumidor, e tal obrigatoriedade está intimamente ligada ao núcleo da norma, isto é, o fornecedor deve dar informações sobre os riscos que não são normais e previsíveis em decorrência da natureza e fruição dos produtos e dos serviços.

É de notar que a Lei expressa claramente que a obrigatoriedade de informar “impende também sobre o produtor, o fabricante, o importador, o distribuidor, o embalador e o armazenista, para que cada elo do ciclo produção-consumo possa encontrar-se habilitado a cumprir a sua obrigação de informar o elo imediato até ao consumidor, destinatário final da informação.”⁶⁹

Caso se verifique falta de informação, informação insuficiente, ilegível ou ambígua, o consumidor que se sentir lesado por tal motivo goza do direito de retractação no prazo de sete dias úteis a contar da data da recepção do bem ou da data da celebração do contrato de prestação de serviço.

Responde pelos danos causados ao consumidor o fornecedor que viole o dever de informar adequadamente, bem como serão solidariamente responsáveis os demais intervenientes na cadeia da produção à distribuição que hajam igualmente violado o dever de informação.

4.2.5 Direito à protecção dos interesses económicos

⁶⁸ Em Moçambique, a Lei de Defesa do Consumidor não aborda tal tema de forma explícita, como já abordam as Leis de Portugal (Comunidade Europeia) e Brasil, embora o faça de forma implícita no nr. 1 do artigo 10 quando obriga o fornecedor a informar, entre outras características, a composição do produto.

⁶⁹ Lei de Defesa do Consumidor (Lei nr 22/2009 de 28 de Setembro), nr. 2 do artigo 10.

A criação da Lei de Defesa do Consumidor demonstra um interesse, por parte do Estado, de proteger o consumidor, que é o sujeito-vítima nesta relação, contra os abusivos desmandes cometidos pelos sujeitos fornecedores do nosso país.

Nos artigos 11 e 21 da Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro, estão previstos os factos tutelados por lei em defesa dos interesses económicos dos consumidores.

Quando tratamos dos interesses económicos dos consumidores, três temas centrais tomam maior importância em nosso presente trabalho: as práticas contratuais, a publicidade e a protecção contra práticas comerciais desleais, embora existam outros temas que também merecem ser lembrados, tais como a discussão a respeito do comércio electrónico, os serviços financeiros em geral, os sistemas de transportes e outros.

No número 1 do artigo 11 da referida Lei, encontramos a seguinte disposição: “O consumidor tem direito à protecção dos seus interesses económicos, impondo-se nas relações jurídicas de consumo a igualdade material dos intervenientes, a lealdade e a boa fé, nos preliminares, na formação e ainda na vigência dos contratos.”

O número 2 do mesmo artigo faz menção aos contratos pré-elaborados e aos abusos exercidos por parte dos fornecedores de bens e prestadores de serviços, tendo em vista a protecção do consumidor perante tais factos. Para isso, determina algumas obrigações aos fornecedores, como a informação clara, precisa e legível das cláusulas contratuais gerais e a proibição de cláusulas prejudiciais aos consumidores.

Está isento de pagamento por qualquer bem ou serviço o consumidor que não o tenha previamente encomendado ou solicitado expressamente, e nem as despesas advindas da devolução; também não será responsabilizado pelos riscos de perecimento ou deterioração da coisa.

Assistência pós-venda, fornecimento de peças e acessórios, retractação no prazo de sete dias úteis contados a partir da data da recepção do bem ou da conclusão do contrato de prestação de serviços são direitos do consumidor tutelados pela presente Lei.

Existe, entretanto, uma parcela de responsabilidade por parte do Governo, que se traduz em adoptar medidas adequadas de modo que se assegure o equilíbrio das relações jurídicas que tenham por objecto bens e serviços essenciais como a água, a electricidade, o gás, as telecomunicações e os transportes públicos.

O Estado deve, também, adoptar medidas de modo a prevenir a lesão dos interesses dos consumidores no que concerne a métodos de venda que prejudiquem a avaliação consciente das cláusulas fixadas em contratos singulares e a formação livre, esclarecida e ponderada da decisão de se vincularem.⁷⁰

A parte contratual também está prevista no mesmo diploma que dedica um artigo a explicar sobre o tema, declarando que as cláusulas contratuais devem ser interpretadas sempre de maneira favorável ao consumidor.

A norma também proíbe cláusulas abusivas nos contratos entre fornecedores e consumidores. São nulas de pleno direito todas as cláusulas contratuais que, de algum modo, possam vir a causar qualquer tipo de dano ao consumidor ou que tolha qualquer direito consagrado por Lei ao consumidor.

A norma trata de proibir qualquer cláusula que possibilite a violação de normas ambientais e de estandarização, que ofenda os princípios fundamentais do sistema jurídico, que restrinja os direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de modo que ameace o seu objecto ou equilíbrio contratual ou que se mostre excessivamente onerosa para o consumidor, tendo em conta a natureza e o conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.⁷¹

Note-se que o facto de as cláusulas abusivas serem consideradas inválidas, tal facto não invalida o contrato, excepto quando da sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ónus excessivos a qualquer das partes.

⁷⁰ Cfr. Lei nº 22/2009 de 28 de Setembro, nr. 9 do artigo 11.

⁷¹ Cfr. Lei nº 22/2009 de 28 de Setembro, nr. 2 do artigo 21.

4.2.6 Direito à prevenção e à reparação dos danos patrimoniais ou não patrimoniais⁷² que resultem da ofensa de interesses ou direitos individuais homogêneos, colectivos ou difusos

Sobre este tema, iremos desintegrar o texto e analisar separadamente cada um dos seus aspectos:

a) Direito à prevenção de danos

A prevenção ao dano patrimonial (material) ou não patrimonial (moral) significa que está garantido ao consumidor o direito de ir a juízo requerer medidas cautelares com pedido de acção inibitória a fim de evitá-lo. E, dando especificidade a essa garantia, a Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro firmou regras processuais importantes no artigo 13, relatando formas de processo desta mesma acção.

b) Direito à reparação de danos

Havendo dano patrimonial (material) representado por perdas emergentes ou relativas a lucros cessantes, ou dano não-patrimonial (moral), a sua reparação tem de ser integral. O valor da indemnização por danos materiais há de ser de tal que possibilite a reabilitação integral do dano, seja ele emergente ou relativo a lucros cessantes), sendo que a Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro não estipula valores.

De acordo com a Lei de Defesa do Consumidor, no seu artigo 14, o consumidor lesado no seu direito pode exigir a reparação da coisa, ou a sua substituição, a redução do preço ou a resolução do contrato, não dependendo da culpa do fornecedor.

A denúncia deverá ser feita no prazo de 30 dias após o seu conhecimento, se se tratar de bem móvel, ou de um ano se se tratar de bem imóvel, também após o seu

⁷² Danos patrimoniais e não patrimoniais são, respectivamente, danos materiais e danos morais.

conhecimento, respeitando, contudo, os prazos de garantia previstos na mesma Lei, nos nrs. 2 e 3 do artigo 6.⁷³

O consumidor terá direito a uma indemnização, sem prejuízo dos direitos acima mencionados, para danos materiais e não materiais resultantes do fornecimento de bens e prestações de serviços defeituosos.⁷⁴

O mesmo acontece em relação aos serviços considerados defeituosos que, pela mesma Lei, são os serviços que “não oferecem a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, nomeadamente, o modo do seu funcionamento, o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam e a época em que foi fornecido.”⁷⁵

Cabe realçar que a lei é bem clara ao dizer que se o autor directo do fornecimento (construtor, produtor, fornecedor ou importador) não puder ser encontrado ou identificado, o comerciante ou o vendedor da coisa ou do serviço fica igualmente responsável.

c) Responsabilidade por vício do bem

São considerados vícios, pela doutrina, “todas as características de qualidade ou quantidade que tornem os serviços (ou produtos) impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam e também que lhes diminuam o valor. Da mesma forma, são considerados vícios os decorrentes da disparidade havida em relação às indicações constantes do recipiente, embalagem, rotulagem, oferta ou mensagem publicitária.”⁷⁶

Como exemplos, podemos citar um liquidificador que não gire (não funciona adequadamente), uma televisão sem som (funciona mal), uma mancha no fato (diminui o valor do produto), um vidro de óleo de 500 ml que só contenha 400 ml (não está de acordo

⁷³ O fornecedor de bens móveis não consumíveis deve garantir o seu bom estado e o seu bom funcionamento por um período mínimo de um ano. O consumidor tem direito a um prazo de cinco anos, no mínimo, para os bens imóveis.

⁷⁴ De acordo com o nr. 6 do artigo 14 da Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique, “O bem é considerado defeituoso quando não oferece a segurança que o consumidor pode esperar dele legitimamente, levando em consideração as circunstâncias relevantes, nomeadamente, as da sua apresentação, o uso e risco que razoavelmente dele se esperam e a época em que foi colocado no mercado.”

⁷⁵ Lei 22/2009 de 28 de Setembro de 2009, nr. 7 do artigo 14.

⁷⁶ NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. Ed. 4. São Paulo: Editora Saraiva, 2009. p. 299.

com as informações do rótulo), uma parede mal pintada (serviço que apresenta característica com funcionamento insuficiente ou inadequado), etc.

Os vícios podem ser aparentes ou ocultos. Os vícios aparentes são de fácil constatação, como o próprio nome o diz, de maneira que o consumidor logo os percebe. Já os vícios ocultos não estão acessíveis ao consumidor no uso ordinário ou que só aparecem depois de algum ou muito tempo.

Como mencionamos acima, os vícios também podem ser de qualidade ou de quantidade. Serão de qualidade os vícios que, como descreve a norma, “os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade em relação às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária...”

No entanto, esta descrição não satisfaz os conceitos de vícios de qualidade e quantidade, cingindo-se mais a vício de qualidade.

Os vícios de qualidade já foram citados até mesmo como exemplos, entretanto, os vícios de quantidade não podem ser reduzidos apenas a conteúdo líquido ou peso, tanto mais que vício de qualidade é tudo aquilo que torne o produto impróprio ou inadequado ao uso ou consumo a que se destina.

Porém, a norma não chega a esclarecer o que vem a ser o tal vício de quantidade, porque se limita a dizer que o produto deve conter o peso ou medida que constar no rótulo, embalagem ou no recipiente, ou até mesmo na mensagem publicitária. De certeza que há outros vícios de quantidade piores que este, como por exemplo: um consumidor que pretende oferecer um convívio aos amigos por ocasião do seu aniversário, num domingo, resolve aproveitar uma oferta anunciada de liquidação num determinado supermercado, de cervejas e refrigerantes. Os preços estão excelentes e o consumidor constata que se comprar todas as bebidas neste supermercado pagará menos 40% do que pagaria se comprasse os mesmos produtos ao preço normal.

O consumidor faz a sua compra em um sábado de manhã e o supermercado promete entregar tudo no sábado a tarde e o faz conforme o combinado. O consumidor, entretanto,

atrapalhado com os preparativos, não chega a conferir a mercadoria. No domingo, dia do convívio, constata que faltam bebidas em grande quantidade e se vê obrigado a ir a um outro estabelecimento e comprar as bebidas em falta a um preço acima do normal, porque é uma loja de conveniência que abre aos domingos.

Ora, o consumidor acabou por ficar prejudicado porque, para além de não poder fazer a reclamação imediata, porque o supermercado não abria aos domingos, e exigir que o dano fosse imediatamente reparado, teve que gastar além do que pretendia por ter que adquirir bebidas a um preço acima do normal.

Dissecando o vício: como foi impossível ao consumidor pelo menos tentar sanar o vício, e ele foi obrigado a adquirir bebidas num outro lugar, por um preço acima do regular, acabou sofrendo um dano material. Receber do supermercado as bebidas na segunda-feira não adiantará, pois o convívio já terá ocorrido. E a devolução do supermercado do dinheiro das bebidas faltantes não será suficiente para cobrir os prejuízos, uma vez que o consumidor pagou um valor mais caro. Está claro um vício de quantidade.

Daí que a norma não esclareça sobre o assunto, embora haja solução legal para tal contencioso.

Todo o vício deverá ser sanado no máximo, dentro de 30 dias. Não o sendo, o consumidor pode exigir como alternativa, e à sua escolha, a substituição do bem por outro da mesma espécie e em perfeitas condições de uso, a restituição imediata da quantia paga, sem prejuízo de eventuais perdas e danos, ou a redução do preço proporcionalmente ao vício, ou ainda a complementação do peso ou medida.⁷⁷

Como podemos observar, a norma não trata assuntos do tipo do vício de quantidade especificado, porque qualquer das opções acima citadas e dadas por lei ao consumidor, não pode sanar tal vício de quantidade que lesou economicamente o consumidor.

Observamos que a Lei é rígida (afirmando ser impróprio) quanto ao uso e consumo de bens com prazo de validade vencido, deteriorados, alterados, adulterados, avariados,

⁷⁷ Lei nº 22/2009 de 28 de Setembro, nº 2 do artigo 15.

falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à saúde, perigosos ou que não se encontram de acordo com as regras regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação.

d) Responsabilidade por vício do serviço

O artigo 16 da Lei de Defesa do Consumidor firma que o prestador (fornecedor) de serviços responde pelos vícios de qualidade, incluindo os órgãos públicos, se os mesmos estiverem em posição de prestador de serviços.

Caso haja contratação de terceiros para a reexecução da obra ou serviço, a responsabilidade é inteira do fornecedor ou prestador do serviço. Sobre este tema, a norma não aborda os vícios de quantidade.

Qualquer directamente lesado, o consumidor ou associações de consumidores, ainda que não directamente lesado, o Ministério Público e o Instituto do Consumidor, quando estejam em causa os interesses individuais homogéneos, colectivos ou difusos, podem intentar as acções previstas na Lei de Defesa do Consumidor.

Para melhor compreensão, os conceitos de interesses individuais homogéneos, colectivos e difusos são⁷⁸:

1. Os interesses ou direitos individuais homogéneos, são os decorrentes de origem comum, passíveis de aglutinação ao se levar em consideração o facto de terem a mesma origem, ou seja, de decorrerem de uma mesma situação de facto. Podem ser considerados como aqueles de grupo, categoria ou classe de pessoas determinadas ou determináveis, que compartilhem prejuízos divisíveis, de origem comum, normalmente provenientes das mesmas circunstâncias de facto;
2. No que tange aos interesses coletivos *stricto sensu*, tem-se uma situação um pouco mais delimitada, ao menos subjectivamente, pois são interesses relacionados a pessoas determinadas ou determináveis, relacionadas entre si em razão de um vínculo jurídico pré-existente.

⁷⁸ RAGAZZI, José Luiz; HONESKO, Raquel. *Direito do Consumidor II*. São Paulo: Saraiva, 2009. ps. 92, 93 e 95.

3. Os interesses ou direitos difusos são aqueles compreendidos como indivisíveis e pertencentes a pessoas indeterminadas e indetermináveis, ligadas por circunstâncias fácticas, sem a existência de um vínculo jurídico preciso.

4.2.7 Direito à protecção jurídica e direito a uma justiça acessível e pronta

Com vista à reparação de danos que deve ser garantida ao consumidor, o artigo 18 da Lei de Defesa do Consumidor estabelece a facilitação do acesso à justiça. Neste sentido, a Lei “se prontifica a fazer e dotar o consumidor, sobretudo organizado, de instrumentos processuais dos mais modernos e eficazes, para que se dê prevenção de danos, (...), bem como sua reparação.”⁷⁹ Tal direito é já garantido pela CRM, em seu artigo 62 conjugado com o artigo 70, portanto, um direito constitucional.

Mesmo porque o consumidor encontra várias dificuldades na busca do provimento jurisdicional, o que acontece sempre desde o momento em que ele não sabe como efectuar a reclamação e reluta em confiar o facto a um advogado, até que tenha plena confiança ou até o momento em que a situação torne imprescindível a intervenção de alguém que o ajude; os consumidores têm receio dos altos custos processuais; não confiam na justiça em virtude da morosidade e discordam das decisões que acompanham através da imprensa ou por meio de algum conhecido, dentre outros factores inesgotáveis que ocupariam linhas e linhas deste trabalho.

Com louvor, o legislador moçambicano reconheceu a necessidade de garantir ao consumidor a facilitação do acesso à justiça, com vista a efectivar os direitos e garantias que lhe foram atribuídos e que, eventualmente, não estejam sendo observados.

A protecção de acesso aos órgãos administrativos e judiciais para a prevenção e garantia de seus direitos, enquanto consumidores, é ampla, o que implica abono e isenção de taxas e custas e despesas processuais.

⁷⁹ FILOMENO, J. G. Brito. Título I – Dos direitos do consumidor. In Grinover et al., código brasileiro de defesa do consumidor. P. 149.

A norma estabelece, sobre este tema, que compete aos órgãos da Administração Pública promover a criação e apoio aos centros de arbitragem com o objectivo de solucionar os conflitos de consumo, facto que ainda está em desenvolvimento em Moçambique.

O motivo de ainda não estar amplamente conhecido, tanto pelos fornecedores quanto pelos consumidores e, muitas vezes, também, desconhecidos pelos próprios órgãos da Administração Pública, se dá pelo facto de ainda não existir em Moçambique um Código de Defesa do Consumidor, como existe em Portugal (tanto nacional quanto da União Europeia), no Brasil e em muitos outros países de África, em desenvolvimento.

Direito à protecção jurídica significa que o consumidor que se sentir lesado já tem respaldo da Lei para intentar acção contra qualquer fornecedor que lhe tolha os direitos de consumidor previstos na mesma Lei.

Direito a uma justiça acessível e pronta significa que o consumidor, em geral, tem direito a ter um acesso fácil aos órgãos competentes para dirimir os conflitos que possam surgir da relação de consumo. E estes órgãos devem estar prontos para atender aos consumidores de forma preferencial e rápida.

Não quero dizer com isto que esta seja a realidade de Moçambique, mas já está dado o primeiro passo para que esta realidade seja efectiva o mais rápido possível, e posso dizer com certeza, que a continuar assim, Moçambique estará dentro dos padrões internacionais de defesa dos consumidores.

4.2.8 Direito à participação, por via representativa, na definição legal ou administrativa dos seus direitos e interesses

Já sobre este tema, a Constituição, no seu nr. 3 do artigo 92⁸⁰, tutelava tal direito. Passa, então, a ser confirmado por Lei, este tema, muito embora não se expanda muito, mesmo tendo muito o que se possa falar sobre ele. O artigo 19 da Lei reza:

- a) O direito de participação consiste, nomeadamente, na audição e consulta prévias, em prazo razoável, das associações de consumidores no tocante às medidas que afectem os direitos ou interesses legalmente protegidos dos consumidores;
- b) Tratando-se de entidades reguladoras, a participação por via representativa inclui o direito de integrar, nos termos da Lei, os respectivos órgãos consultivos.

Em Moçambique, existe a DECOM – Associação de Defesa dos Consumidores criada para, entre outros fins, funcionar como uma espécie de “ouvidoria” para os consumidores. Tal direito é também um direito constitucional, pois a CRM, em seu artigo 52, garante-o.

4.2.9 Direito à protecção contra a publicidade enganosa e abusiva

Sobre este tema, falaremos separadamente sobre uma e outra publicidade. De antemão, é um direito constitucional (nr. 2 do artigo 92 da CRM)⁸¹

4.2.9.1 A publicidade enganosa

A publicidade enganosa vedada por esta Lei é “qualquer modalidade de informação ou comunicação de carácter publicitário, inteira ou parcialmente falsa ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir ao erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.”⁸² Até porque a publicidade tem efeito vinculativo e o que através dela for prometido deverá ser cumprido.

⁸⁰ “As associações de consumidores e as cooperativas têm direito, nos termos da lei, ao apoio do Estado e a serem ouvidas sobre as questões que digam respeito à defesa dos consumidores, sendo-lhes reconhecida legitimidade processual para a defesa dos seus associados.”

⁸¹ “A publicidade é disciplinada por lei, sendo proibidas as formas de publicidade, indirecta ou enganosa.”

⁸² Lei nº. 22/2009 de 28 de Setembro, nr. 2 do artigo 20.

Destaque-se que a publicidade adequada tem como respaldo o princípio da boa-fé, que deve imperar nas relações de consumo, como já vimos anteriormente (item 5.3, *supra*).

Neste interim, além do direito à informação, tem também o consumidor direito a ser adequadamente informado, por ocasião da publicidade, restando expressamente proibida, inclusive com a previsão de sanções, a publicidade abusiva ou enganosa.

A publicidade enganosa provoca “uma distorção no processo decisório do consumidor, levando-o a adquirir produtos e serviços que, se estivesse melhor informado, possivelmente não o adquirisse.”⁸³

Esta forma de publicidade regradada pela Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro é uma grande novidade quando se analisam as leis de protecção ao consumidor em países desenvolvidos. O conceito aponta a ideia de exploração ou opressão do consumidor, mas não se limita a tal. Novos horizontes se lhe abrem, como por exemplo, a tutela de valores que sejam caros à sociedade de consumo, como o meio ambiente. Está claro que o direito tem muito mais facilidade e agilidade ao lidar com a publicidade enganosa do que com a abusiva.

O direito ainda não descobriu um critério infalível para a identificação da abusividade. Trata-se ainda de uma noção em formação.

4.2.9.1.1 Os tipos comuns de publicidade enganosa

Logo de início, podemos identificar dois tipos de publicidade enganosa: a por omissão e por comissão. Na publicidade enganosa por omissão, ou activa, o anunciante deixa de afirmar algo relevante e que, por isso mesmo, induz o consumidor em erro, ou seja, não diz algo que é.

⁸³ BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009. p. 205.

Na publicidade enganosa por comissão, ou passiva, o fornecedor afirma algo capaz de induzir o consumidor em erro, isto é, diz algo que não é, ou, se diz a verdade, fá-lo com um sentido dúbio.

A Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro somente faz menção expressa à publicidade enganosa por omissão: “...a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.”⁸⁴ Entretanto, refere-se que admita haver outros modos de publicidade enganosa que também são proibidos, no nr. 2 do artigo 20.

A publicidade enganosa pode ser total ou parcial. No primeiro caso, as informações, em conjunto, são realmente falsas. No segundo caso, convivem simultaneamente, informações falsas e outras verdadeiras. A existência de informações parcialmente correctas não faz com que a publicidade deixe de ser enganosa.

a) Publicidade abusiva

No que diz respeito à publicidade abusiva, diz a norma que “é abusiva, entre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à saúde ou segurança.”⁸⁵ Este tipo de publicidade tem a ver com a respeitabilidade pelo ser humano.

A actividade publicitária e, claro, seu resultado, o anúncio, devem respeitar a dignidade da pessoa huma, a intimidade, o interesse social, as instituições e símbolos nacionais, as autoridades instituídas e o núcleo familiar.⁸⁶

aa) A publicidade discriminatória – É proibido o anúncio que possa favorecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação do ser humano, sob qualquer ângulo

⁸⁴ Lei nrº 22/2009 de 28 de Setembro, nr. 4 do artigo 20.

⁸⁵ Lei 22/2009 de 28 de Setembro, nr. 3 do artigo 20.

⁸⁶ Essas determinações são exigências constitucionais, na medida em que se impõem a todos como garantias fundamentais.

ou pretexto, seja racial, social, política, religiosa, preferência sexual, condição social, profissão ou de nacionalidade.

ab) A publicidade incitadora da violência – Esta violência referida na Lei é sinónimo de agressividade, de utilização de força bruta. Muitas vezes aparece como mensagens relacionadas com agressões, com lutas físicas, com a morte e com a guerra. Por isso não se admite a publicidade que incite à violência do homem contra o homem, do homem contra os animais, e até contra bens públicos, por exemplo.

ac) A publicidade que explora o medo ou a superstição – Neste contexto, o medo só poderá ser tema de um anúncio se houver motivo socialmente relevante ou for plausível a razão que justifique o seu uso, como por exemplo, um anúncio do Governo que avise a sociedade dos danos e malefícios causados pela malária, de modo a que inste a população a evitar tal doença. Entretanto, a superstição de espécie alguma pode ser explorada. Para receber tal qualificação, não se exige que a mensagem aterrorize, realmente, os consumidores. Basta que o anúncio faça uso desses recursos para que seja considerado ilegal.

ad) A publicidade que se aproveita da deficiência de julgamento e experiência da criança – Antes de abordarmos o tema directamente, importante é que se entenda o porque da Lei dar especial atenção às crianças. Ora, alguns estudiosos dirigem-se a uma camada da sociedade consumidora de hipossuficientes, que são certos consumidores ou certas categorias de consumidores, como os idosos, as crianças, os doentes, pessoas do meio rural ou moradores da periferia que não têm muitos meios de comunicação para obter melhores informações. Entende-se, contudo, que a vulnerabilidade não é hipossuficiência, mas sim, a hipossuficiência é um adicional em relação à vulnerabilidade, uma vez que todo o consumidor, *ope legis*, é vulnerável.

Conscientes disso, a Lei de Defesa do Consumidor menciona expressamente a questão da publicidade que envolva a criança como uma daquelas que merece atenção especial. É mesmo por causa da vulnerabilidade exacerbada (hipossuficiência, então) que alguns parâmetros especiais devem ser traçados.

Sendo assim, a publicidade não pode incitar directamente a criança a comprar um produto ou serviço; de maneira nenhuma deve encorajar a criança a persuadir seus pais ou qualquer adulto a adquirir produtos ou serviços; nenhuma publicidade pode explorar a confiança especial que a criança tem nos seus pais, professores ou irmãos; mesmo as crianças que aparecem em anúncios publicitários não podem se comportar de modo inconsistente com o comportamento natural de outras crianças da mesma idade.

ae) A publicidade que desrespeita valores ambientais – Este tema, actualíssimo, passou a integrar o campo das preocupações dos consumidores. Nos mercados dos países desenvolvidos, há toda uma linha de produtos “amigos do meio ambiente”, destacando-se os produtos biodegradáveis. Portanto, é natural que a Lei de Defesa do Consumidor traga esta perspectiva a nível publicitário, uma vez que a publicidade tem a finalidade de informar ou até mesmo induzir. Por exemplo, posso citar o anúncio de uma lixívia em que o anunciante deite o conteúdo do frasco num rio. Mesmo que o conteúdo da publicidade não tenha nada de enganoso. Fica na mente da população o facto de se estar a derramar um conteúdo químico nas águas de um rio. É proibido anúncios que, directa ou indirectamente, estimulem:

- a poluição do ar, das águas, das matas, dos demais recursos naturais, bem como o meio ambiente urbano;
- a depredação da fauna, da flora e dos demais recursos naturais;
- a poluição visual dos campos e das cidades;
- a poluição sonora;
- o desperdício de recursos naturais.

4.2.9.2 A publicidade que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à saúde ou segurança

O anúncio não pode, de modo algum, manifestar descaso pela segurança, sobretudo quando nele figurarem jovens e crianças ou quando especialmente a estes for endereçada a mensagem. Este é o princípio da inofensividade da publicidade. Também não pode estimular o uso perigoso do produto ou serviço oferecido. Lembrando que o anúncio não pode deixar de mencionar cuidados especiais para a prevenção de acidentes, se tais

cuidados forem especiais ao uso do produto ou do serviço. Não deve deixar de especificar cuidados especiais no que concerne ao uso do produto ou do serviço por crianças, idosos e pessoas doentes, caso tais cuidados sejam essenciais.

Portanto, tratando-se de publicidade enganosa ou abusiva, a Lei deixa claro que nenhum anúncio publicitário poderá ser veiculado se não obedecer as regras impostas por ela, ficando responsável por qualquer dano ou, mesmo não existindo dano aparente, ou mesmo que se desconheça o consumidor lesado, o criador do anúncio e respectivos solidários (fornecedor, veiculador, etc.).

CAPÍTULO V

O Direito Comparado

5.1- Portugal

Enquanto a maioria dos países do primeiro mundo ou desenvolvidos já tinham suas Constituições Nacionais aprovadas democraticamente por efeito das discussões da

Raquel Antunes Coelho

formulação dos direitos dos consumidores nas décadas de 70 e 80, tais países já não se preocuparam em garantir, a nível constitucional, os direitos dos consumidores e, em muitos deles, não foi necessário efectuar-se qualquer tipo de modificação nas suas legislações nacionais para atender aos padrões das diretrizes da ONU. Entretanto, Portugal trilhou um caminho diferente.

Até meados da década de 70, Portugal viveu um governo ditatorial, o que impediu a sua participação no desenvolvimento económico, social e cultural em que viviam os outros países da Europa Ocidental⁸⁷. Nem mesmo era signatário do Tratado de Roma, e não fazia parte, inicialmente, da Comunidade Económica Europeia.

Entretanto, logo após o governo ditatorial ser derrubado, Portugal necessitou reconstruir o seu ordenamento jurídico, resultando na convocação de Assembleias Constituintes. Aproveitou-se o facto das discussões sobre os direitos dos consumidores estarem no auge, na Europa, naturalmente tais assembleias constituintes buscaram regulamentar a protecção destes direitos. Portugal queria ingressar oficialmente na comunidade europeia; portanto, deveria expender enormes esforços legislativos para atender às diretrizes já aprovadas nos fóruns da comunidade europeia.

Portugal somente retornou à democracia (eleições livres) no ano de 1976, quando deu-se a promulgação da Constituição⁸⁸, havendo, após esta, algumas modificações, tendo a aprovação da primeira Lei de Defesa do Consumidor no ano de 1981, Lei nº 29/81, revogada pela Lei nº 24 de 31 de Junho de 1996. Em 1986, acontece o seu ingresso na Comunidade Económica Europeia – CEE.

Na Constituição actual, consta no artigo 60, os direitos dos consumidores:

“Artigo 60º

(Direito dos consumidores)

⁸⁷ Importa salientar que desde 1975 a União Europeia, e os países que a compunham, já tratava dos direitos dos consumidores.

⁸⁸ A Constituição da República Portuguesa, promulgada em 1976, na sua redação original, havia um único artigo a tratar da protecção dos consumidores,. Era o artigo 81º, alínea m, que estabelecia que cabia ao Estado a função de proteger os consumidores “designadamente através do apoio à criação de cooperativas e de associações de consumidores”. Posteriormente, houve uma reforma bastante substancial na Constituição, o que culminou na ampliação desta disposição inicial, dispondo de forma sistematizada a respeito do tema.

- 1- Os consumidores têm direito à qualidade dos bens e serviços consumidos, à formação e à informação, à protecção da saúde, da segurança e dos seus interesses económicos, bem como à reparação de danos.
- 2- A publicidade é disciplinada por lei, sendo proibidas todas as formas de publicidade oculta, indirecta ou dolosa.
- 3- As associações de consumidores e as cooperativas de consumo têm direito, nos termos da lei, ao apoio do Estado e a ser ouvidas sobre as questões que digam respeito à defesa dos consumidores, sendo-lhes reconhecida legitimidade processual para defesa dos seus associados ou de interesses colectivos ou difusos.”

Para além deste artigo sistematizador e específico, a Constituição Portuguesa tem outros dois preceitos que merecem ser citados, o artigo 52º e o artigo 81º, cujos títulos respectivos, são Direito de petição e direito de acção popular e o outro Incumbências prioritárias do Estado.

De acordo com Carlos Ferreira de Almeida⁸⁹, a Lei nº 29/81 de 22 de Agosto, aprovada pela Assembleia da República, lei de defesa dos consumidores, constituiu a primeira lei de tal amplitude num país europeu. Esta era uma lei curta mas que trazia consigo algumas regulações importantes, seguindo a orientação da CEE, criando o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, que viria a ser o órgão responsável por implantar uma política a respeito desta matéria.

Entretanto, após a modificação da Constituição Portuguesa, e passados mais 15 anos, a lei foi ficando ultrapassada diante da nova realidade. Então, a Assembleia da República Portuguesa aprovou uma nova lei de defesa dos consumidores, a Lei nº 24 de 31 de Julho de 1996, incorporando praticamente todas as novidades das diretrizes da CEE, tornando internas as várias diretrizes da CEE aprovadas neste lapso de tempo. Esta lei revogou a Lei nº 29//81.

Estão consagrados nesta nova lei, no seu artigo 3º, os direitos básicos dos consumidores: “O consumidor tem direito:

⁸⁹ ALMEIDA, Carlos Ferreira, *Os Direitos do Consumidor*, Editora Livraria Almedina, Coimbra: 1982.

- a) à qualidade dos bens e serviços;
- b) à protecção da saúde e da segurança física;
- c) à formação e à educação para o consumo;
- d) à informação para o consumo;
- e) à protecção dos interesses económicos;
- f) à prevenção e à reparação dos danos patrimoniais ou não patrimoniais que resultem da ofensa de interesses ou direitos individuais homogéneos, colectivos ou difusos;
- g) à protecção jurídica e a uma justiça acessível e pronta;
- h) à participação, por via representativa, na definição legal ou administrativa dos seus direitos e interesses.”

5.2 – Brasil

No Brasil, até 1828, não existia nenhuma Faculdade de Direito efectivamente funcionando. Quando se deu a Independência a 7 de Setembro de 1822 é que foi se desenvolvendo uma escola jurídica originariamente brasileira. Dom Pedro I, o primeiro imperador do Brasil foi o fundador das primeiras faculdades de direito no Brasil: localizada em Olinda-Recife, no Estado de Pernambuco, e outra localizada em São Paulo. Foram as primeiras em solo brasileiro fundadas através da Lei 11 de Agosto de 1827.

Utilizavam, portanto, um método comparatista para a interpretação, desenvolvimento e adaptação das leis portuguesas vigentes, até então, no Brasil e conseguiam-se, na sua maioria, um certo sucesso; por este motivo, estabeleceu-se como uma prática comum naquele país.

A protecção dos mais vulneráveis no direito civil, pela família romano-germânica e, em particular, a protecção dos consumidores nas relações contratuais, foi resultado do desenvolvimento natural da jurisprudência, formalizando e concretizando as cláusulas gerais de boa-fé nas relações jurídicas de massa e despersonalizadas no século XX.

Entretanto, no Brasil, a evolução foi diferente e mais lenta, já que o Código Civil brasileiro de 1916 não regulava tal cláusula geral expressamente, apenas estava presente a boa-fé interpretativa no Código Comercial de 1850.

Sendo assim, o direito brasileiro permaneceu um tanto quanto formalista e positivista. Foi nos séculos XIX e XX que ficou fortemente arraigado ao princípio *pacta sunt servanda* e ao dogma da autonomia da vontade.

O jurista brasileiro não desenvolveu o suficiente o princípio da boa-fé, vagamente constante no Código Civil e explícito de forma bastante tímida no Código Comercial.

O direito privado brasileiro caracterizou-se por uma forte manutenção do individualismo e do liberalismo do Código Civil de 1916 até os anos 70 do século XX. Isto o fez distanciar-se da real sociedade de massas.

Em meados da década de 70, surgiu um projecto denominado “Reale” de Código Civil (que hoje é o Código Civil de 2002, veio trazer uma nova inspiração sobre o problema, optando por explicitar o princípio da boa-fé, a função social dos contratos, o combate à onerosidade excessiva e ao abuso de direito, introduzindo uma série de normas de controle – a intervenção estatal – nas relações contratuais de massa e normas de responsabilidade objectiva (sem culpa e pelo risco criado pelo produtos e serviços), todas com forte espírito intervencionista e solidarista.

No ano de 1976, foi criado pelo Governo do Estado de São Paulo o primeiro órgão público de protecção ao consumidor e recebeu o nome de Grupo Executivo de Protecção ao Consumidor, mais conhecido hoje como PROCON⁹⁰. Além disso, ainda a edição de normas que visavam, embora de forma tímida, a protecção do consumidor, direccionadas ao segmento de alimentos (Dec.-lei nr. 986/69), da saúde (Dec.-lei nr. 211/70) e habitação (Lei nr. 6649/79 – locação e nr. 6676/79 – loteamento).

⁹⁰ Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br/texto.asp?id=1146>>. Acesso em: 22 de Maio de 2010. PROCON é um órgão administrativo estadual (São Paulo) cuja finalidade é prestar assistência ao consumidor por meio de um juizado de pequenas causas que recebe do consumidor, directamente, as reclamações que não obtiveram solução administrativamente.

Em meados de 1987, estava sendo criado o IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, que efectivamente elaborou o Projecto para a Política Nacional de Defesa do Consumidor.⁹¹

O IDEC era uma associação sem fins lucrativos e desvinculada de qualquer empresa, governo ou partido, cuja missão era “promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e económica.”⁹²

Em 1988, a redemocratização e a Constituição democrática trouxe ao tema da protecção do consumidor um carácter vulnerável, dando contornos sérios e com forte influência do direito norte-americano, berço do consumismo, e da enorme quantidade de legislação da União Europeia.

Já dissemos que a Constituição de um país é a espinha dorsal de todo um corpo jurídico e que, somente a partir dela e pela força principiológica exercida por ela, poderão surgir novas normas.

Por ocasião da Assembleia Nacional Constituinte, instalada em Fevereiro de 1987, aderindo à preocupação internacional, inseriram o direito do consumidor dentre os direitos e garantias fundamentais, à nova Constituição de 1988, que prioriza a lista dos direitos fundamentais, dentre os quais se destaca o definido pelo inciso XXXII do artigo 5º: “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”.

Tais disposições constitucionais específicas relativas à defesa do consumidor devem ser informadas e interpretadas com base no princípio fundamental da dignidade da pessoa humana, enquanto fundamento do Estado Democrático Brasileiro, nos termos do artigo 1º da sua Constituição Federal.

Para efectivar estas normas constitucionais, de conteúdo programático e com eficácia limitada, o legislador constituinte estabeleceu, no Acto das Disposições

⁹¹ Disponível em: <http://www.mj.gov.br/DPDC/histórico/cndc.htm>. Acesso em: 22 de Maio de 2010.

⁹² Disponível em: <http://www.idec.org.br/missão.asp>. Acesso em 22 de Maio de 2010.

Constitucionais Transitórias, o prazo de seis meses para a edição do Código de Defesa do Consumidor – o CDC.⁹³

Anteriormente, em 1985, com a redemocratização do Brasil, já havia sido criado um Conselho Nacional de Defesa do Consumidor – CNDC – junto ao Ministério da Justiça, Conselho este criado em 24 de Julho de 1985, junto com a aprovação da importante lei da chamada acção civil pública⁹⁴, a qual pioneiramente fornece a primeira base legal para acções civis colectivas de defesa dos consumidores.

Este Conselho consegue reunir o grupo de especialistas que viriam a ser os autores do Anteprojecto de Código de Defesa do Consumidor. Tais especialistas haviam sido formados academicamente na Itália, Bélgica, Alemanha, França, Estados Unidos e México.

Portanto, este Código buscou a sua inspiração em modelos legislativos estrangeiros já vigentes. Não havia outra forma. Contudo, os seus redactores tomaram a precaução, a todo custo, de evitar a transcrição pura e simples.

Finalmente, dois anos após a promulgação da Constituição Federal de 1988, foi sancionada a Lei n. 8.078 de 11 de Agosto de 1990, que regula, em nível infra-constitucional, o direito fundamentas da “defesa do consumidor”.

Os direitos básicos do consumidor instituídos por este Código, no seu artigo 6º são:

- a) a protecção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;
- b) a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;
- c) a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correcta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

⁹³ ADCT – artigo 48: O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

⁹⁴ Lei 7.347/85

d) a protecção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

e) a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou a sua revisão em razão de factos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

f) a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, colectivos e difusos;

g) o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vista à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a protecção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

h) a facilitação da defesa dos seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiência;

i) a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral;

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Conclusões

A título de conclusão, o presente trabalho visa suscitar uma inquietação concernente ao tema. Não temos a pretensão de resolver os problemas advindos de tais relações, contudo podemos alertar e chamar a atenção para os problema que os consumidores de Moçambique enfrentam quando intentam adquirir algum produto ou bem.

É de ressaltar que, nos maiores centros comerciais da capital de Moçambique, existem inúmeros produtos postos à venda até mesmo com prazos de validade vencidos, o que vem a ser um grande inimigo da saúde e bem-estar públicos.

Não há, por parte do governo, uma instituição própria para efectuar a fiscalização ao comércio, às indústrias, ou aos fornecedores, existindo somente o INAE⁹⁵ – Inspecção Nacional das Actividades Económicas, que vai fazendo o papel de fiscalizador, embora não o faça por forma a proteger o consumidor; fá-lo para certificar-se de que a lei está sendo devidamente cumprida.

Os riscos a que a população está sujeita é considerável. Os produtos ou serviços são postos à disposição da população consumidora sem nenhum tipo de cuidado por parte da maioria dos fornecedores.

Prazos de validade vencidos, conservação inadequada dos produtos, contratos não-cumpridos, burlas, roupas com marcas piratas, entre outros, são problemas que, de alguma forma, afectam imensamente o consumidor e a economia do país, em geral.

O que podemos notar, ao observarmos o panorama legal, é que estamos caminhando para a solução de tais problemas, mas ainda estamos longe do ideal.

Já vimos que a Constituição da República (CRM) trata o consumidor de uma forma muito genérica, e acaba por não consagrar expressa e autónomamente os direitos dos consumidores, porque não atribui como prioritária tal incumbência do Estado e nem sequer os especifica.

⁹⁵ Informação disponível em <http://www.mozambique.mz>

Assim, diluídos, os direitos dos consumidores, ao serem violados, não recebem o devido respaldo da lei; embora já exista a lei específica em defesa dos consumidores, ainda é difícil a resolução de impasses neste tipo de relação.

Desta forma, o consumidor fica sujeito a quaisquer tipos de práticas desonestas e ilegais, por parte dos fornecedores que, em nome da liberdade económica, agem de má-fé.

RECOMENDAÇÕES

Como já sabemos, o Direito do Consumidor é uma matéria relativamente nova em nosso país e em todo o mundo. Por este motivo, propusemo-nos, em jeito de recomendação, a apontar alguns pormenores que farão toda a diferença para o desenvolvimento deste direito em Moçambique, tornando a população consciente e contribuinte para o desenvolvimento da nação.

- 1- Uma vez que já existe a Lei de Defesa do Consumidor, os legisladores deveriam reunir esforços a fim de que Moçambique consagrasse um código para a defesa do consumidor. Nele estariam, pormenorizados, todas as garantias a que o cidadão tem direito, enquanto consumidor. Regularia a acção dos fornecedores, diminuindo, assim, a facilidade com que são cometidas tantas atrocidades contra a saúde e economia públicas.
- 2- O Estado poderia incentivar a criação de associações de defesa dos consumidores e, também, deveria criar uma instituição governamental cuja finalidade seria proteger, directa e especificamente, o consumidor. Tal instituição incumbir-se-ia de elaborar programas de educação e informação em massa e poderia, também, funcionar como um órgão fiscalizador com competências para aplicação de multas e sanções aos fornecedores incumpridores da lei.
- 3- O Estado poderia incluir nos currículos escolares do ensino primário e secundário matérias relacionadas com os direitos dos consumidores.
- 4- No que se refere aos conflitos numa relação jurídica de consumo, deveriam existir primazias quanto à mediação, conciliação e arbitragem, o que se traduz numa

alternativa para uma resolução rápida, eficiente e pronta, sem que os tribunais normais sobrecarreguem-se.

BIBLIOGRAFIA

LIVROS

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

ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1993.

Raquel Antunes Coelho

- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1981.
- BENJAMIN, Antônio Herman V., MARQUES, Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 2 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.
- BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direitos do consumidor*. São Paulo: Atlas, 1991.
- JUNIOR, Alberto do Amaral. *Proteção do consumidor no contrato de compra e venda*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1993.
- KHOURI, Paulo Roberto Roque Antônio. *Direito do consumidor*. Contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- LEITE, Roberto Basílone. *Introdução ao direito do consumidor*. São Paulo: Ltr, 2002.
- MANCUSO, Rodolfo de Camargo. *Interesses difusos*. 3 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1994.
- MAZZILLI, Hugo Nigro. *A defesa dos interesses difusos em juízo*. 3 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1991.
- NICOL'S, Mouzinho. *Protecção do consumidor na ordem jurídica moçambicana*. Maputo: Publifix, 2010.
- NUNES, Luís Antônio Rizzato. *Curso de direito do consumidor*. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- PRATA, Ana. *Dicionário Jurídico Direito Civil*. 3 ed. Coimbra, 1992.
- RAGAZZI, José Luiz. *A intervenção de terceiros fornecedores no Código e Defesa do Consumidor*. Bauru: Edite, 2006.
- RAGAZZI, José Luiz, HONESKO, Raquel. *Direito do Consumidor I*. Coordenadores: Fernando Capez e Rodrigo Colnago. São Paulo: Saraiva, 2009.
- _____ *Direito do Consumidor II*. Coordenadores: Fernando Capez e Rodrigo Colnago. São Paulo: Saraiva, 2009.
- SODRÉ, Marcelo Gomes. *A construção do direito do consumidor*. Um estudo sobre as origens das leis principiológicas de defesa do consumidor. São Paulo: Atlas, 2009.

LEGISLAÇÃO

Código Civil Português, aprovado pelo Decreto-lei nr. 47344 de 25 de Setembro de 1966.

Código Penal Português. Na doutrina e na jurisprudência, 6 edição actualizada, Livraria Almedina, Coimbra. 1982, por Manuel Lopes Maia Gonçalves.

Código Comercial, Decreto-Lei nr. 2/2003 de 27 de Dezembro.

Código de Publicidade, Decreto nr. 65/2004 de 31 de Dezembro.

Código de Defesa do Consumidor do Brasil, Lei nr. 8.078 de 11 de Setembro de 1990.

Constituição da República de Moçambique, 2004.

Constituição da República de Moçambique, por Ussumane Aly Dauto. Edição actualizada e organizada. Maputo: Imprensa Universitária, 2000.

Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique, Lei nr. 22/2009 de 28 de Setembro.

Lei de Defesa do Consumidor de Portugal, Lei nr. 24/96 de 31 de Julho.

SITES DE PESQUISA NA INTERNET

http://pt.wikipedia.org/wiki/Direito_do_consumidor

<http://www.decom.org.mz/2010/04/ar-aprova-proposta-da-lei-de-defesa-do-consumidor-4>

<http://www.procon.sp.gov.br>

<http://www.mj.gov.br>

<http://www.idec.org.br>

<http://www.un.org/en/ecosoc>

<http://www.iocu.us>

<http://www.consumersinternational.org>

<http://www.pnud.org.br>

<http://www.un.org>

<http://www.mozambique.mz>