



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB

Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais - FAJS
Curso de Bacharelado em Relações Internacionais

**O DIREITO DO CONSUMIDOR NO *E-COMMERCE*: os limites do
exercício do direito de arrependimento do consumidor**

**BRASÍLIA
2023
ALINE DA SILVA LOPES**

**O DIREITO DO CONSUMIDOR NO *E-COMMERCE*: os limites do
exercício do direito de arrependimento do consumidor**

Artigo de pesquisa apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador: Prof. Ricardo Victor Ferreira Bastos.

**BRASÍLIA
2023
ALINE DA SILVA LOPES**

RESUMO

O presente trabalho tem como finalidade analisar a aplicabilidade do direito de arrependimento nas comercializações realizadas entre consumidor e fornecedor dentro dos meios eletrônicos, de acordo com o disposto no art. 49, do CDC. Para tanto, investigou-se a doutrina e a jurisprudência brasileira. Desse modo, são apresentadas situações em que o direito de arrependimento deveria ser limitado, considerando-se as peculiaridades de determinados produtos e serviços ofertados nos meios eletrônicos e a aplicação dos princípios da boa-fé e do equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores. Ademais, é identificado que não existe consenso sobre a aplicação do art. 49 na comunidade doutrinária e nem na jurisprudência brasileira, existindo divergências se sua aplicação deve ser literal ou de forma subjetiva, analisando cada caso em específico, o que acaba por trazer insegurança jurídica à aplicabilidade do direito do consumidor. Pretende-se demonstrar que o atual conjunto normativo ainda não é suficiente para garantir a proteção jurídica do consumidor no e-commerce.

Palavras-chave: Comércio eletrônico. Direito do consumidor. Direito de arrependimento.

SUMÁRIO

Introdução. Tópico 1 - A relação de consumo e a proteção jurídica do consumidor. 1.1- O Código de Defesa do Consumidor. 1.2- O comércio eletrônico. 2- O Direito de arrependimento. 3- Os limites do Direito de arrependimento. 3.1 – Análise da jurisprudência do TJDF. Considerações finais.

INTRODUÇÃO

Vivemos na era tecnológica e o consumo de produtos/serviços no ambiente virtual vem ganhando cada vez mais espaço, mudando de maneira significativa a relação de consumo. Fato este que torna a delimitação do tema de importância social e científica para a comunidade acadêmica e jurídica.

O presente artigo trata da aplicabilidade e dos limites para o exercício do direito de arrependimento dos consumidores nas compras realizadas no *e-commerce*. O direito de arrependimento é considerado uma das bases do princípio da vulnerabilidade do consumidor, que busca proteger a parte mais frágil da relação de consumo.

O direito de arrependimento é uma prerrogativa consagrada no artigo 49, do Código de Defesa do Consumidor - CDC, o qual garante ao consumidor poder desistir da compra realizada fora do estabelecimento comercial, desde que respeitado o prazo decadencial de 07 (sete) dias.

Contudo, o CDC foi promulgado em 1990, período em que não se pensava em compras fora do estabelecimento comercial como nos dias atuais, com o fenômeno do comércio eletrônico e do instituto do contrato eletrônico e suas consequências para a segurança jurídica do consumidor, estando o direito incompleto e inconsistente para a atualidade.

A relevância do artigo reside na proteção do consumidor na contratação de bens e serviços no *e-commerce*, tendo em vista que as divergências jurídicas sobre a aplicabilidade do art. 49, do CDC, podem gerar insegurança jurídica e instabilidade no ordenamento jurídico.

Para tanto, como metodologia, utilizou-se a pesquisa dogmática instrumental, por meio da pesquisa bibliográfica e documental, de forma aplicada, e investigou-se a doutrina e a jurisprudência brasileira.

A problematização da delimitação proposta envolve questões de interpretação da norma do art. 49 do CDC. Qual o pressuposto para sua aplicação? Sua aplicação é geral ou requer uma análise subjetiva do caso concreto? O consumidor poderá sempre valer-se do direito de arrependimento, mesmo que cause desarmonia na relação de consumo?

A problematização também envolve questão de relevância, uma vez que com vigência da Resolução nº 400/2016, da Agência Nacional de Aviação - ANAC, há dúvidas sobre qual

norma deve ser aplicada no caso de cancelamento de compra de passagens aéreas. Qual é o prazo aplicável, o de 07 (sete) dias, determinado pelo art. 49 do CDC, ou o prazo de 24 (vinte e quatro) horas, determinado pela ANAC?

O trabalho está dividido em 03 (três) capítulos. O primeiro capítulo trata da relação de consumo e a proteção jurídica do consumidor, trazendo elementos constitucionais para a proteção da defesa do consumidor, aborda questões de relevância do Código de Defesa do Consumidor, como por exemplo o conceito de consumidor e o princípio basilar da vulnerabilidade do consumidor, além de destacar a alta do consumo no comércio eletrônico, principalmente, após a pandemia do Coronavírus.

O segundo capítulo trata do objetivo da instituição do Direito de Arrependimento e de sua importância para as compras realizadas fora do estabelecimento comercial. Além de discorrer sobre divergências doutrinárias acerca da sua aplicabilidade.

O terceiro capítulo apresenta os limites para o exercício do Direito de Arrependimento, por meio da análise de acórdãos do Tribunal de Justiça do Distrito Federal – TJDFT sobre o tema é possível verificar como a jurisprudência e a doutrina divergem sobre sua aplicabilidade, quais os casos em que poderá ser configurado abuso de direito por parte do consumidor, além de evidenciar que a norma consumerista precisa ser atualizada, dando maior proteção às compras realizadas no ambiente virtual.

1. A RELAÇÃO DE CONSUMO E A PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR

A relação de consumo consiste na existência de três elementos: um consumidor, um fornecedor e um produto que ligue os dois primeiros. Portanto, pode-se inferir que a relação de consumo existe há milhares de anos e que vem passando por um processo evolutivo de adaptação às mudanças sociais e tecnológicas.

No âmbito da legislação brasileira, a defesa do consumidor é uma garantia fundamental e um princípio assegurado pela Constituição Federal de 1988, *in verbis*:

Art. 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

[...]

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: V - defesa do consumidor. (BRASIL,1988)

Nessa perspectiva, três anos após a promulgação da Carta Magna, foi publicada a Lei nº 8.079, de 11 de setembro de 1990, conhecida como Código de Defesa do Consumidor, que traz diversas medidas protetoras para o consumidor, prezando pelos princípios da vulnerabilidade do consumidor, boa-fé objetiva e harmonia das relações de consumo.

Sobre a defesa do consumidor, a Juíza de Direito Zoboli (2020, p. 372) afirma que:

As disposições constitucionais são diretrizes da solidariedade social que possuem reflexo direto na interpretação dos contratos, que passam a ser examinados, a partir da Constituição Federal de 1988, considerando-se a boa-fé objetiva, o equilíbrio econômico e a função social.

Consoante com Roza (2021, p. 14): “O Direito do Consumidor é nesse sentido, um conjunto de regras e princípios criados com o principal intuito de proteger o consumidor frente à relação contratual desigual com o fornecedor.”

1.1 O Código de Defesa do Consumidor

No Brasil, a relação de consumo foi regulamentada, por meio da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, conhecida como Código de Defesa do Consumidor - CDC, que protege o consumidor, parte mais vulnerável da relação de consumo, de eventuais abusos por parte do fornecedor.

Ademais, Roza (2021, apud BENJAMIN et al., 2014, p. 33) define o direito do consumidor como: “um ramo novo do direito, disciplina transversal entre o direito privado e o direito público, que visa proteger um sujeito de direitos, o consumidor, em todas as suas relações jurídicas frente ao fornecedor, um profissional, empresário ou comerciante.”

Conforme o art. 2º, do CDC, o consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Já o fornecedor, nos termos do art. 3º, do CDC, 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.

Em vista disso, Roza (2021, apud FERNANDES, 2016, p. 19) ressalta que “para caracterizar uma relação de consumo é necessário o elemento finalístico, ou seja, que o consumidor adquira ou utilize produtos ou serviço como destinatário final”.

Entretanto, na relação jurídica de consumo que entre si se estabelecem os dois agentes econômicos, o consumidor e o fornecedor, é reconhecida, no art. 4º, inciso I, do CDC, que a parte mais fraca, vulnerável dessa relação é o consumidor. Nesse sentido, é este reconhecimento que vai orientar a proteção do consumidor.

Sobre o princípio da vulnerabilidade do consumidor, cabe destaque a afirmação de Silva, (2022, p. 686):

O princípio da vulnerabilidade é aquele que define o consumidor como a parte mais fraca da relação, determinando que este sempre se encontra em situação desfavorável perante a outra parte, pelo fato de não dispor de conhecimentos técnicos necessários para avaliar a qualidade e complexidade dos produtos e serviços que venha a adquirir. A vulnerabilidade sempre será presumida.

Logo, buscando o estabelecimento da harmonia necessária para o equilíbrio da relação de consumo, Grinover et al. afirma que: “dentre os direitos básicos do consumidor está a facilitação de seu acesso aos instrumentos de defesa, notadamente no âmbito coletivo, com o estabelecimento, aliada à inversão do ônus da prova.”

Portanto, as relações de consumo submetidas à aplicação do CDC e de seus princípios subjacentes, configura objeto de proteção ao consumidor como garantia da busca pela igualdade social e econômica frente ao desenvolvimento do Estado.

1.2 O comércio eletrônico

No Brasil, o desenvolvimento da internet provocou significativas mudanças no ambiente social, uma dessas mudanças refere-se à dinamicidade das relações de consumo de produtos e serviços, fornecidos e adquiridos no ambiente virtual, mais conhecido como *e-commerce* ou comércio eletrônico.

Nesse sentido, Lima (2018 apud TEXEIRA, 2018, p. 254) dispõe:

O comércio que, nos seus primórdios, foi desenvolvido por meio de feiras, de caravanas terrestres ou marítimas etc., chegou, ao final do século XX, impulsionado, ainda mais, por um sistema eletrônico que é a internet, formando então, o que se chama de 'comércio eletrônico ou e-commerce.

“Com a popularização da *internet* e revolução das tecnologias de informação e comunicação, tornou-se possível que empresas e consumidores realizassem inúmeras transações comerciais eletronicamente.” (RODRIGUES, 2015, p. 14).

Assim, é possível concluir que “no passar dos anos e com o avanço da indústria e suas tecnologias as formas de consumo foram se aprimorando para atender demandas cada vez maiores de forma mais ágil e cômoda para o consumidor [...]” (PADILHA et al., 2018, p. 2).

Dessa forma, Salgarelli (2010 p. 57-58) afirma que: “com a facilidade de acesso ao uso da Internet, o comércio tradicional passou a utilizar meios tecnológicos. Diminuição de custos e celeridade foram fatores decisivos na concretização dos negócios jurídicos pela Internet.”

Sobre os anúncios e o marketing publicitário no ambiente virtual, Otsuschi (2021, apud BIONI, 2021, p.14) afirma:

Os espaços virtuais são ambientes favoráveis para o mercado publicitário, visto que o fornecedor tem fácil acesso aos dados dos usuários, como localização, capacidade financeira, preferências, entre outros. A partir desses fatos, o fornecedor cria uma publicidade direcionada, ou seja, aquela que busca aumentar o êxito da indução ao consumo por meio da personalização da comunicação.

“Em se tratando de compras e contratações de serviços por meio virtual, observa-se que a relação jurídica de consumo estará presente sem nenhum óbice, apesar de substituído o contrato em papel pela aceitação de cláusulas dispostas eletronicamente.” BARROS; NORAT (2018, p. 9).

Referente aos contratos eletrônicos, estes são pactuados por meio de contratos de adesão ou cláusulas gerais que foram estabelecidas, na maioria das vezes, unilateralmente, por parte do fornecedor. Nesse sentido, Souza (2020, p. 10) afirma:

[...] os contratos eletrônicos de consumo são essencialmente uma relação jurídica de consumo e, portanto, devem obedecer aos princípios previstos no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, especialmente aos princípios da boa-fé e da harmonia dos interesses econômicos dos contratantes.

Além disso, o comércio eletrônico de produtos e serviços teve um crescimento exponencial em praticamente todos os segmentos do comércio brasileiro e demonstrou grande importância para economia brasileira, principalmente, durante o período de enfrentamento da pandemia do Coronavírus, período em que a sociedade enfrentou o isolamento social e, por consequência, passou a utilizar com mais frequência os mecanismos do comércio eletrônico para adquirir produtos e serviços.

De acordo com TOMÉ (2021, p. 2):

A pandemia de Coronavírus, que eclodiu no Brasil e no mundo no início de 2020, resultou em retração das atividades econômicas. Na contramão desse arrefecimento, encontra-se o comércio eletrônico, que cresceu 41% em vendas no Brasil em 2020, quando comparado ao ano anterior, atingindo a marca recorde de 87,4 bilhões de reais em vendas. Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), a participação do e-commerce no faturamento total do varejo, passou de 5% no final de 2019 para um patamar acima de 10% em alguns meses do ano passado.

O aumento das aquisições, de produtos e serviços, resultando no aumento dos contratos eletrônicos, realizados no ambiente virtual, devem ser analisados sob a perspectiva do direito do consumidor, levando-se em consideração as novas tecnologias e as novas formas da relação de consumo, pois apesar de todo o crescimento do *e-commerce* nos últimos anos, veremos a seguir que a legislação brasileira, em especial o CDC, não conseguiu aprimorar a norma no mesmo ritmo evolutivo.

Corroborando com esse ponto de vista, Rodrigues (2015, p. 9) afirma:

No período de criação do Código de Defesa do Consumidor, a internet era um meio tecnológico novo, ainda não disseminado socialmente no mercado econômico, no entanto, a sua evolução e popularização foi algo bastante célere, razão pela qual, não foram editadas normas específicas de proteção e defesa do consumidor no comércio virtual.

Entretanto, no que tange ao direito de arrependimento, o CDC e as demais normas brasileiras, que tratam sobre a relação de consumo no comércio eletrônico, não acompanharam a fenômeno da evolução das relações comerciais praticadas no ambiente virtual, deixando um hiato na aplicabilidade do exercício do direito de arrependimento e trazendo insegurança

jurídica, por não haver uma jurisprudência consistente quanto ao direito de devolução de determinados tipos de produtos adquiridos através da internet, prejudicando ambas as partes da relação de consumo.

Ou seja, é necessário que a legislação brasileira seja atualizada para essa nova realidade, trazendo uniformização no julgamento dos casos que envolvem a devolução de produtos ou de serviços adquiridos no ambiente virtual.

2. O DIREITO DE ARREPENDIMENTO

O CDC dispõe em seu art. 49 sobre a garantia do direito de arrependimento nas aquisições de produtos ou serviços fora do estabelecimento comercial, *in verbis*:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

O CDC estabelece que o consumidor poderá desistir do produto adquirido, desde que o tenha feito fora do estabelecimento comercial e respeitando o prazo legal de 07 (sete) dias, que começa a ser contado a partir da efetiva entrega do produto ou início da prestação do serviço, cabendo ao fornecedor arcar com os custos de eventuais prejuízos com a devolução do produto ou cancelamento do serviço contratado.

Segundo Alves; Reis (2017, p. 117) o direito de arrependimento foi pensado com a:

[...] perspectiva de proteger o consumidor das práticas comerciais abusivas capazes de influenciá-lo a realizar uma compra por mero impulso, como também de divergências quanto à qualidade do produto, já que não lhe foi oportunizado tal análise anterior ao contrato firmado.

Portanto, o direito de arrependimento foi criado para dar proteção ao consumidor, protegendo-o daquelas situações em que ele acaba por adquirir um produto por impulso, ao receber uma visita em seu domicílio de um vendedor, ou quando recebe uma ligação de *telemarketing* oferecendo um produto ou serviço, ou ainda quando ele vê um anúncio na televisão e acaba adquirindo o produto por telefone sem ter tido maiores informações sobre o aquele objeto.

“No entanto, não se pode ignorar a existência de corrente minoritária que defende que a compra via internet implicaria uma “visita virtual” ao estabelecimento, afastando a aplicação do artigo 49.” ZOBOLI (2020, p. 376).

Entretanto, a redação do art. 49, do CDC, trata do direito de arrependimento de forma genérica, deixando dúvidas se é o caso de um direito irrestrito ou, caso contrário, quais seriam as situações no qual o consumidor não poderia exercer o direito de arrependimento, pois, se assim o fizer, causaria uma desarmonia na relação de consumo.

Ademais, Abreu (2005, p. 8) afirma que:

A doutrina majoritária, a que se filiam os doutrinadores consumeristas Rizzato Nunes e Eduardo Gabriel Saad, tem entendido que o direito de arrependimento do consumidor incide, plenamente, sobre qualquer contrato celebrado fora do estabelecimento comercial, independente do meio utilizado para a confecção do contrato (fax, telefone, correio, internet, etc.). O fato de o art. 49 do CDC ter mencionado apenas o contrato em domicílio e o contrato por telefone motivasse por aqueles meios terem sido os mais utilizados no momento da elaboração do CDC, em 1990. Lembremos que a ascensão do fenômeno de vendas, internet, ocorreu em 1993, período posterior a elaboração do código em comento.

Cabe destaque para o Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013, que surgiu para modernizar a legislação referente ao comércio eletrônico, estabelecendo algumas diretrizes referente ao exercício do direito de arrependimento, *in verbis*:

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.

§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que: I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

§ 4º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

Ainda assim, é perceptível que as condições de aplicabilidade do direito de arrependimento no comércio eletrônico não foram profundamente exploradas na seara legislativa, faltando apresentar um rol exemplificativo das limitações do exercício do direito de arrependimento.

3. LIMITES DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO

Para Araújo (2019, p. 24) ainda restam dúvidas sobre a aplicabilidade do direito de arrependimento:

Apesar da edição do Decreto 7.962/13, das decisões do judiciário e dos estudos feitos pela doutrina, diversos pontos restam ainda obscuros. Não há uma unicidade de tratamento, muito embora a lei ser clara, quando estabelece prazos e condições para o exercício do direito de arrependimento, o enquadramento de alguns produtos ou serviços ainda causa dúvidas, seja ao prazo de reflexão específico quanto algum produto, seja nas condições necessárias ao seu exercício.

Embora, Salgarelli, (2010, p. 105) contraponha à necessidade de detalhamento sobre as incidências específicas do direito de arrependimento, afirmando que caso o legislador consumerista o tivesse feito: “[...] hoje este seria ineficaz perante as formas de contratações modernas, já que diariamente surgem novas situações”, é importante frisar que a falta de um consenso na aplicabilidade do direito de arrependimento causa insegurança jurídica aos consumidores, podendo ocorrer, inclusive, abuso de direitos por ambas as partes da relação de consumo.

Importante destacar que, para Araújo (2019, p. 24): “A ausência de um tratamento legislativo específico proporcionou um protagonismo maior ao judiciário e a doutrina em relação ao tratamento do tema.”

Entretanto, parte da doutrina entende que o exercício do Direito de Arrependimento, em determinadas hipóteses, pode configurar abuso de direito, conforme art. 187, do Código Civil, de 2002, que dispõe: “Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.”

De acordo com Silva, (2022, p. 689), “o abuso de direito ocorrerá sempre que o exercício de um “direito” ultrapassa a barreira da conduta justa, aplicá-lo ao direito de arrependimento significa frear a prática de condutas eivadas de má-fé que privilegiam os consumidores.”

Suponha que um consumidor contrate, pela internet, ou seja, fora do estabelecimento comercial, uma empresa especializada em personalização de camisas e bonés, para o fornecimento e personalização de 100 (cem) bonés e camisas para a sua festa de aniversário. Ao receber os produtos e dentro do prazo legal, o consumidor valendo-se do direito de arrependimento, previsto do art. 49 do CDC, aciona o fornecedor para devolução de todos os produtos personalizados a seu gosto.

No caso hipotético acima, é pouco provável que o fornecedor consiga revender os produtos personalizados de forma tão específica para outro consumidor, tendo que arcar com os custos dos produtos, da personalização e da devolução dos produtos, conforme preconiza as normas vigentes.

Não obstante, Alves; Reis (2017, p. 139) corrobora com o entendimento sobre abuso de direito, nos casos de devolução de produtos personalizados, sob o panorama do exercício do direito de arrependimento:

Pelo princípio da boa-fé o arrependimento de produto personalizado seria indevido e deveria ter limitação expressamente prevista no ordenamento jurídico. Tal raciocínio também é pautado no princípio da boa-fé e não vislumbra possibilidade de aplicação do direito de arrependimento quando da aquisição de produtos personalizados, no entanto vê como exceção os casos em que a reclamação estiver pautada em eventual vício do produto fabricado.

Para sustentar o posicionamento contrário, doutrinadores entendem que limitar o direito de arrependimento para aquisição de produtos personalizados, poderá transferir ao consumidor o custo de adquirir um produto sem todas as informações necessárias e satisfatórias sobre o produto que está comprando.

E quando o produto adquirido, via comércio eletrônico, também for um produto virtual, como filmes, músicas, e-books, jogos, software, entre outros? O direito de arrependimento deverá ser exercido nos mesmos moldes do art. 49 do CDC? De acordo com Salgarelli (2010, p. 105):

Um dos maiores problemas que envolvem o direito de arrependimento atualmente diz respeito à aquisição de *software* que se instala no *hardware* do consumidor assim que é efetuado o *download*, automaticamente. A questão versa sobre a aplicabilidade do Direito nestes casos, já que o produto adquirido já se instalou na máquina. Nestes casos, caso o consumidor se arrependa, o que garante ao fornecedor que o *software* será desinstalado?

Como uma forma de solucionar a problematização descrita acima, Lima (apud ALVES, 2007, p. 44), propõe que:

O fornecedor, a fim de preservar o equilíbrio das relações comerciais e a boa-fé contratual, para se resguardar da aplicação do direito de arrependimento deve tomar medidas como: disponibilizar pequenos trechos de músicas e textos, criar chaves de acessos ou versões de demonstrativas de aplicativos, entre outros, para que o consumidor possa ter conhecimento do produto a ser adquirido.

Nessa lacuna jurisprudencial, merece destaque a crescente comercialização de jogos eletrônicos no formato online, tendo em vista que na atualidade há campeonatos internacionais dessa modalidade de jogos, aumentando o número de espectadores nas plataformas de

streaming, que compram e fazem *download* dos jogos, ocasionando um faturamento gigantesco para os fornecedores deste tipo de produto.

De acordo com Araújo (2019, p. 24-25):

Plataformas como a Playstation Store, Steam e Xbox Game Store possuem políticas próprias a respeito da devolução de jogos adquiridos online. Há prazos de reflexão distintos, muitas vezes condicionando a quantidade de horas que o consumidor já jogou ou não.

Ou seja, além das plataformas de *streaming* não terem uma convergência, quanto ao prazo para o exercício do direito de arrependimento, fica evidente que cada plataforma concede o seu próprio prazo em detrimento do ordenamento jurídico brasileiro vigente de proteção do consumidor.

Araújo (2019, p. 30), pondera sobre a necessidade de modernização das normas, referente ao direito de arrependimento, frente às novas tecnologias e formas de consumo:

Dessarte, uma atualização legislativa é imperiosa quanto a este segmento, visto que suas disfuncionalidades de uniformização quanto ao direito de arrependimento somente oneram o consumidor, além de ser uma área de exponencial crescimento econômico, com uma massiva inserção de novos consumidores dia a dia.

Porém, ressalta-se, também, mais uma divergência sobre a aplicação do direito de arrependimento no e-commerce. Para Roza (2021 apud COELHO, 2015, p. 53):

O art. 49 do CDC não deve ser aplicado ao comércio eletrônico porque não se trata de negócio concretizado fora do estabelecimento do fornecedor. O consumidor está em casa, ou no trabalho, mas acessa o estabelecimento virtual do empresário; encontra-se, por isso, na mesma situação de quem se dirige ao estabelecimento físico. [...] A compra de produtos ou serviços por meio da internet realiza-se “dentro” do estabelecimento (virtual) do fornecedor. Por isso, o consumidor internetenático (sic) não tem direito de arrependimento, a menos que o empresário tenha utilizado em seu website alguma técnica agressiva de marketing, isto é, tenha se valido de expediente que inibe a reflexão do consumidor sobre a necessidade e conveniência da compra.

Outro ponto de reflexão proposto é relativo à compra de passagens aéreas, por meio do comércio digital. Enquanto o prazo para devolução de produtos adquiridos fora do estabelecimento comercial é de 07 (sete) dias, conforme preconiza o art. 49, do CDC, na contramão do ordenamento jurídico, passou a vigorar a Resolução nº 400/2016, da Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC, que estabeleceu em seu art. 11, *in verbis*:

Art. 11 O usuário poderá desistir da passagem aérea adquirida, sem qualquer ônus, desde que o faça no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas, a contar do recebimento do seu comprovante.

Parágrafo único. A regra descrita no caput deste artigo somente se aplica às compras feitas com antecedência igual ou superior a 7 (sete) dias em relação à data de embarque.

É nítido que existe um conflito aparente de normas, uma vez que: “a resolução da ANAC acaba por mitigar de forma gravosa o direito de arrependimento do consumidor, uma vez que o tempo de reflexão é por demais exíguo.” (ARAÚJO, 2019, p. 27).

Segundo Roza (2021 apud SODRÉ, 2019, p. 692) “contrapondo o Código de Defesa do Consumidor, uma lei ordinária, a Resolução n. 400/2016, uma norma de caráter administrativo, tem-se a prevalência do primeiro em observância a hierarquia das normas.”

Entretanto, posicionamento contrário é frisado por Lima (2018 apud ALVES, 2007, p. 42):

O direito de arrependimento não deveria ser aplicado às passagens aéreas compradas via internet pois, primeiramente, a prestação de serviço de transporte aéreo é uma atividade de conhecimento geral, e uma vez cumpridas as normas do CDC quanto às informações dispostas no anúncio, como o horário e data do voo, conexões, escalas, valor, entre outros, não haveria o que se falar de falta de conhecimento do consumidor acerca do serviço contratado.

Por esse ponto de vista, a 2ª Turma Recursal do Cível, do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul¹, julgou desprovido o recurso inominado que requeria a aplicabilidade do art. 49, do CDC, no cancelamento da compra de passagem aérea.

Entretanto, aquela Corte decidiu que no caso em apreço a compra não foi feita por impulso, o que afastaria as premissas do direito de arrependimento. Destaque também para a decisão que citou o prazo de 24 (vinte e quatro) horas, estipulado pela Resolução da ANAC, ou seja, foi aplicado o prazo estipulado na norma administrativa em detrimento do prazo estipulado pela norma geral, o CDC.

O Projeto de Lei nº 3.514, de 2015², que tramita na Câmara dos Deputados, de autoria do Senador José Sarney, pretende, se aprovado, alterar o CDC para regulamentar o direito de arrependimento relativo à compra das passagens aéreas:

Art. 49-A. Sem prejuízo do direito de rescisão do contrato de transporte aéreo antes de iniciada a viagem, nos termos do art. 740, § 3º, da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), o exercício do direito de arrependimento do consumidor de passagens aéreas poderá ter seu prazo diferenciado, em virtude das peculiaridades do contrato, por norma fundamentada das agências reguladoras.

¹ Recurso Cível Nº 71007925548, 2ª Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Recorrente: Alessandra dos Santos Leandro, Recorrido: Avianca Linhas Aéreas, Relator: Roberto Behrendorf Gomes da Silva, 26 de setembro de 2018. Diário de Justiça, Porto Alegre, 28 de set. de 2018.

² Projeto de Lei nº 3514/2015, que propõe alterar a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico.

Parágrafo único. A regulamentação prevista no caput deverá ser realizada no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias após a entrada em vigor desta Lei.

Além disso, o Projeto de Lei supracitado também pretende incluir a seção VII – Do Comércio Eletrônico, com o acréscimo dos art. 45-A ao 45-G, o objetivo dessa atualização é dispor sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico e a distância, visando fortalecer a confiança do consumidor e assegurar sua tutela efetiva, mediante a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações e a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais.

Entretanto, cabe destacar que o Projeto de Lei ainda se encontra parado na Câmara Legislativa, aguardando apreciação do plenário. Com o decurso de tempo, algumas de suas propostas de atualização já estão previstas em outras normas, como na Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados e na Lei nº 14.121/2021, conhecida como a Lei do Superendividamento.

Ratificando esse entendimento, Otsuschi (2021, p. 29) afirma que:

Mesmo que parte do PL já tenha sido normatizado por leis recentes, demonstra-se que o mesmo traz esses dispositivos de forma mais detalhada, o que seria um importante reforço para a proteção do consumidor no comércio eletrônico. Destaca-se que o mercado de consumo deve ser objeto de estudos constantes, conforme o art. 4º, VIII, do CDC, para o contínuo aprimoramento normativo, especialmente acerca de efetividade para o consumidor e para a sociedade.

Enquanto não há uma atualização do ordenamento jurídico, Lima (2018, p. 50), afirma que: “[...] deixar a cargo da doutrina e da jurisprudência estabelecer limites ao direito de arrependimento não é suficiente, verificando-se que muitas vezes a jurisprudência é instável e causa insegurança jurídica para ambos os lados da relação de consumo.”

Estabelecer diretrizes mais coesas e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pode ser um impulso para a melhoria da relação de consumo no Brasil, e consequentemente, um alívio para o sistema judiciário.

Conforme destaca Bruno (2009, p. 132), o direito de arrependimento existe para garantir a harmonia da relação de consumo, no sentido em que:

Constata-se, outrossim, que este direito existe para garantir a devida oportunidade e conveniência do consumidor, ou seja, para assegurar a discricionariedade no consumo, sendo certo que a falta de discricionariedade na contratação na relação de consumo resulta basicamente de dois fatores: do emprego de técnicas de marketing agressivo ou do desconhecimento prévio do consumidor do produto ou serviço.

É imperioso que ocorra uma atualização no ordenamento jurídico, com o objetivo de proteger o consumidor das particularidades do comércio eletrônico, bem como salvaguardando o fornecedor de atitudes maculada de má-fé por parte do consumidor, garantindo maior segurança jurídica e justiça social nas relações consumeristas, que emergiram com os avanços tecnológicos.

3.1. ANÁLISE DA JURISPRUDÊNCIA DO TJDFT

A seguir será feita uma breve análise de 06 (seis) acórdãos referentes à aplicabilidade do direito de arrependimento à luz do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios – TJDFT, destaca-se que todos os julgados foram realizados em 2022.

O Acórdão nº 1400532, confirmou que a faculdade de desistir das compras fora do estabelecimento do fornecedor, dentro do prazo previsto no art. 49 do CDC, aplica-se aos contratos de pacote de turismo concluídos por meio da internet. Motivo pelo qual o autor da ação deverá ser ressarcido pela agência de turismo:

ACÓRDÃO Nº: 1400532. DATA DO JULGAMENTO: 11/02/2022

RECURSO INOMINADO. DIREITO DO CONSUMIDOR. **PACOTE DE TURISMO**. COMPRA PELA INTERNET. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. RESTITUIÇÃO DO VALOR. LEI 14.046/2020. INAPLICABILIDADE. 1 - Na forma do art. 46 da Lei 9.099/1995, a ementa serve de acórdão. Recurso próprio, regular e tempestivo. Pretensão condenatória ao reembolso de valor pago em pacote de turismo e indenização por danos morais. Recurso da ré visando à reforma da sentença, que julgou procedente, em parte, o pedido. 2 - Preliminar. Despacho virtual. Na forma do art. 7º, inciso VIII, da Lei nº 8.906/1994, o atendimento presencial de advogados é a regra. Todavia, diante da atual situação de pandemia, que ensejou o trabalho remoto, o atendimento aos advogados passou a ser por meio eletrônico, mediante prévio agendamento a ser realizado por meio dos e-mails institucionais devidamente divulgados, nos termos da Portaria Conjunta 33/2020, a qual não prevê a substituição de despacho por análise de vídeo via QRcode. Nesse quadro, não conheço do pedido. 3 - Pacote de turismo. Direito de arrependimento. Restituição do valor. A faculdade de desistir das compras fora do estabelecimento do fornecedor, prevista no art. 49 do CDC, aplica-se aos contratos de pacote de turismo concluídos por meio da internet. Precedente na Turma: (Acórdão 1249830, 07029870220198070011, Relator: FABRÍCIO FONTOURA BEZERRA). No caso, a compra foi realizada em 10/02/2021, e o pedido de cancelamento ocorreu em 13/02/2021 (ID. 30466194 e 30466196). Assim, considerando que o pedido de cancelamento ocorreu dentro do prazo estabelecido pela norma de regência, é devida a restituição do valor pago. 4 - Prazo para pagamento. Prorrogação. Não cabimento. Não se aplica ao caso em exame a dilação de prazo prevista na Lei 14.046/2020, sobretudo porque o cancelamento ocorreu antes mesmo da deflagração da pandemia. Além disso, a hipótese de desistência da compra no prazo da Lei consumerista se difere do cancelamento extemporâneo decorrente do estado global de calamidade pública, que pressupõe a força maior, o que também respalda a inaplicabilidade da Lei excepcional. Nesse quadro, se impõe o reembolso imediato, tal como fixado na origem. Sentença que se confirma pelos seus próprios fundamentos. 5 - Recurso

conhecido, mas não provido. Custas processuais pela recorrente vencida. Sem honorários advocatícios ante a ausência de contrarrazões.

O Acórdão nº 1412504, ratificou o direito de arrependimento do consumidor no contrato de fornecimentos de álbum fotográfico de formatura contratado no domicílio do autor. Apesar da ré sustentar a inaplicabilidade da regra, prevista no artigo 49 do CDC, uma vez que direito de arrependimento, pressupõe a aquisição remota de produtos, o álbum fotográfico foi adquirido após verificação pessoal das características e especificações do produto, além disso, a ré sustenta que trata-se de bens de fácil reprodução (cópias), motivo pelo qual não passíveis de devolução após a aquisição. Entretanto, o entendimento da 3ª (terceira) Turma Recursal Dos Juizados Especiais do Distrito Federal é que o direito de arrependimento, dentro do prazo legal, é perfeitamente aplicável ao caso de aquisição de produtos em domicílio:

ACÓRDÃO Nº: 1412504. DATA DO JULGAMENTO: 06/04/2022
JUIZADO ESPECIAL CÍVEL. CONSUMIDOR. **CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS FOTOGRÁFICOS. VENDA DE PRODUTOS EM DOMICÍLIO. FORA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. PRAZO DE REFLEXÃO. DEVOLUÇÃO DOS VALORES PAGOS. DANOS MORAIS. INOCORRÊNCIA. CONJUNTO PROBATÓRIO INSUFICIENTE. RECURSO CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO.** 1. Recurso inominado interposto pelo autor contra sentença que julgou improcedente os pedidos deduzidos na inicial para declarar a rescisão do contrato de prestação de serviços fotográficos celebrado entre as partes, condenar a ré na obrigação de restituir o valor pago, bem como ao pagamento da multa rescisória (inversão da cláusula penal) e indenização por danos morais. 2. Nas razões recursais, relata que a ação decorreu do desrespeito ao direito de arrependimento do consumidor. Aduz que, após melhor análise do material “percebeu que a qualidade do serviço não era satisfatória e nem que valeria o preço avençado”. Afirma que, após dois dias da tradição, solicitou o cancelamento do contrato. Diz que a ré se recusou a devolver o valor pago e informou que a desistência ensejaria o pagamento de multa de 50% sobre o valor do contrato. 3. Sustenta aplicabilidade do prazo de 7 (sete) dias para o exercício do direito de arrependimento, conforme regra disposta no artigo 49 do CDC, haja vista que o produto foi adquirido em seu domicílio, fora do estabelecimento comercial. Requer a reforma da sentença para julgar procedente os pedidos deduzidos na inicial. 4. Em contrarrazões, a ré sustenta ausência de ato ilícito ou danos e inaplicabilidade da regra prevista no artigo 49 do CDC, porquanto os produtos foram adquiridos após verificação pessoal das características e especificações. Aduz que o direito de arrependimento, no prazo de 7 (sete) dias, pressupõe a aquisição remota de produtos. 5. Ressalta que, conforme disposto na cláusula 3ª do contrato, trata-se de bens de fácil reprodução (cópias), motivo pelo qual não passíveis de devolução após a aquisição. Argumenta a impossibilidade do reestabelecimento da situação anterior ao negócio realizado, pois os produtos são personalizados o que inviabiliza a sua reutilização. 6. A relação jurídica estabelecida entre as partes é de natureza consumerista, haja vista as estarem inseridas nos conceitos de fornecedor e consumidor, conforme disposto nos artigos 2º e 3º do CDC. 7. Segundo dispõe o artigo 49 do CDC, “*O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.*”. Trata-se do direito de arrependimento, que incide nas compras realizadas no e-commerce, telefone ou domicílio, como no caso dos autos. 8. Da análise do conjunto probatório acostado ao feito, verifica-se que o negócio jurídico ocorreu no

domicílio do autor, no dia 23/11/2021 (ID 33188971). Na mesma ocasião foram entregues o estojo e o álbum de formatura. Restou acordado que o arquivo via WhatsApp, o porta-retrato e o pôster com moldura seriam entregues em até 48 dias. Verifica-se, outrossim, que após dois dias (25/11/2021), o autor manifestou o interesse na rescisão do contrato, que foi recusado pelo réu (ID 33188972). 9. O réu insiste na tese de que, por se tratar de material de fácil reprodução, o direito ao arrependimento não seria aplicável. No entanto, no caso específico dos autos, além da ausência de indícios de que as fotos foram escaneadas, verifica-se que a autora solicitou a rescisão do contrato antes de receber o material digital (arquivo via WhatsApp) que, de fato, poderia ser considerado como de fácil reprodução. 10. Nesse quadro, considerando que a consumidora exerceu o seu direito de arrependimento no prazo legal, é cabível o rompimento do contrato, com a restituição das quantias vertidas. 11. O exercício do direito de arrependimento no prazo previsto pelo diploma consumerista (prazo de reflexão), para os casos de compras de produtos e serviços ocorridas fora do estabelecimento comercial, impõe a devolução dos valores pagos pelo consumidor de forma imediata, nos termos do parágrafo único do artigo 49 do CDC. 12. Precedente da Turma Recursal: DIREITO DO CONSUMIDOR. COMPRA E VENDA DE MATERIAL FOTOGRÁFICO. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. DANO MORAL. INEXISTÊNCIA. 13. A ausência de restituição dos valores adimplidos pelo consumidor, que desiste da compra realizada fora do estabelecimento dentro do prazo legal, configura falha na prestação dos serviços por parte do fornecedor. 14. Todavia, a despeito de evidenciada a falha, não desponta, na espécie, a configuração de dano moral indenizável. 15. A parte autora não logrou demonstrar as alegações da inicial no sentido de a tentativa de obtenção do ressarcimento tenha lhe causado transtorno capaz de ultrapassar a esfera do mero dissabor. 16. Deixou, assim, de se desincumbir de seu ônus probatório, nos moldes do artigo 373, I, do CPC, não se estando diante de hipótese de dano moral configurado in re ipsa. 17. O dano moral decorre de uma violação a direitos da personalidade, atingindo, em última análise, o sentimento de dignidade da vítima. Está insito na ilicitude do ato praticado e é capaz de gerar transtorno, desgaste, constrangimento e abalo emocional, que extrapolam o mero aborrecimento. Não é o que se vê no processo ora sob análise, motivo pela qual a improcedência do pedido indenizatório por danos morais é medida de rigor. 18. Tais os fundamentos, dá-se parcial provimento ao recurso interposto para condenar o réu na obrigação de restituir ao autor o valor de R\$ 1.440,00 (mil quatrocentos e quarenta e quatro reais), corrigido monetariamente desde a data do desembolso e acrescido de juros de mora de 1% (um por cento) ao mês, contados da citação. 19. Recurso conhecido e parcialmente provido na forma do item anterior. 20. Ausente recorrente integralmente vencido, sem condenação no pagamento de custas processuais e de honorários advocatícios (art. 55 da Lei n.º 9.099/95). 21. A súmula de julgamento servirá de acórdão, conforme regra do art. 46 da Lei n.º 9.099/95.

O Acórdão nº 161422, validou o direito de arrependimento do consumidor que adquiriu um produto similar, mas não igual, a outro curso online já adquirido. A ré alegou que por conhecer a sistemática dos cursos da contratada não caberia o direito de arrependimento, previsto no art. 49, do CDC. Entretanto, o referido acórdão dispõe que o arrependimento não está condicionado à natureza do produto nem a aquisições anteriores:

ACÓRDÃO Nº: 161422. DATA DO JULGAMENTO: 14/09/2022
CONSUMIDOR, PROCESSUAL CIVIL. DIREITO DE ARREPENDIMENTO - COMPRA PELA INTERNET - OBSERVÂNCIA DO PRAZO LEGAL. **PRODUTOS SIMILARES ADQUIRIDOS ANTERIORMENTE** - INAFASTABILIDADE DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO. RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO. 1. Dispõe o art. 49 do Código de Defesa do Consumidor que “*o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento*

comercial, especialmente por telefone ou a domicílio”, sendo que, no caso de exercício do direito de arrependimento, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados (parágrafo único). 2. Narra o autor que, em 26/10/2021, adquiriu por meio do site da empresa ré o programa “Bullbear 50 Contratos”, pelo valor de R\$ 3.837,90, pagando R\$ 3.097,53 e utilizando o crédito de R\$ 740,37. Afirma que, em 27/10/2021, tentou desfazer o contrato, o que lhe foi negado sob a justificativa de que já conhecia o programa. Segundo diz, anteriormente havia adquirido da empresa ré outros programas, os quais são diferentes do programa “Bullbear 50 Contratos”. Requer a condenação da ré na obrigação de devolver R\$ 3.097,53 e de disponibilizar o crédito de R\$ 740,37. A sentença julgou procedente o pedido, o que ensejou a interposição do presente recurso. 3. O exercício do direito de arrependimento previsto no CDC funda-se na ideia de que o consumidor merece proteção contra as práticas comerciais agressivas, que possam diminuir-lhe ou tolher-lhe a capacidade de decisão e ponderar sobre a conveniência e oportunidade da aquisição. O arrependimento não está condicionado à natureza do produto nem a aquisições anteriores, ainda mais no presente caso, em que o produto em pauta é um programa de análise de investimentos automatizados na Bolsa de Valores, escalonado conforme o grau de contratos, ou seja, o programa mais complexo pode não atender ao perfil do consumidor. 4. Além disso, não ficou comprovado que o autor teria adquirido o produto em ocasião anterior, pois o histórico de compras do autor indica que adquiriu o programa “Bullbear até 5 contratos” e que realizou upgrade para o “Bullbear até 15 contratos” (ID 38463596 - Pág. 4), não existindo o registro de compra do “Bullbear até 50 contratos”. Inobstante a semelhança entre os programas, por certo não se trata do mesmo produto, o que prejudica a tese recursal de que o autor conhecia o produto. 5. RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO. 6. Sentença mantida por seus próprios e jurídicos fundamentos, com súmula de julgamento servindo de acórdão, na forma do artigo 46 da Lei nº 9.099/95. 7. Diante da sucumbência, nos termos do artigo 55 da Lei dos Juizados Especiais (Lei nº 9.099/95), condeno o recorrente ao pagamento das custas processuais e honorários advocatícios, estes fixados em 15% (quinze por cento) sobre valor da condenação.

O Acórdão nº 1432989, confirmou que para os casos de aquisição de passagens aéreas, o prazo para arrependimento é de 24 (vinte quatro) horas nos termos da Resolução nº 400/2016, da ANAC e não de 07 (sete) dias, conforme dispõe o CDC, devendo a devolução ser integral e ocorrer em até 07(sete) dias, apesar da ré sustentar que a devolução deverá ocorrer no prazo de 12 (doze) meses, conforme previsto na Lei nº 14.034/2020:

ACÓRDÃO Nº 1432989. DATA DO JULGAMENTO: 29/06/2022
CONSUMIDOR. **TRANSPORTE AÉREO.** RESOLUÇÃO ANAC 400/2016. DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO PRAZO DE 24 HORAS. DATA E HORA DA COMPRA NÃO IMPUGNADA. DEVOLUÇÃO INTEGRAL EM 7 DIAS. 1. O art. 3º, § 6º, da Lei 14.034/2020 afastou a aplicação do prazo de 12 meses previsto no caput para reembolso quando o consumidor “desistir da passagem aérea adquirida com antecedência igual ou superior a 7 dias em relação à data de embarque, desde que o faça no prazo de 24 horas, contado do recebimento do comprovante de aquisição do bilhete de passagem, caso em que prevalecerá o disposto nas condições gerais aplicáveis ao transporte aéreo regular de passageiros, doméstico e internacional, estabelecidas em ato normativo da autoridade de aviação civil”. 2. De acordo com os artigos 11 e 29 da Resolução ANAC 400/2016, observado o prazo para o pedido de desistência a devolução será integral em até 7 dias. 3. O consumidor não apresentou o comprovante de aquisição da passagem no dia 24 de agosto de 2021. A despeito disso, a ausência de impugnação por parte da empresa aérea permite concluir que o direito de arrependimento foi exercido no prazo regulamentar, mesmo porque a fatura do telefone da autora indica diversas ligações para a ré em 25 de agosto de 2021. 4. Recurso conhecido e desprovido. 5. Recorrente condenado a pagar as custas

processuais e honorários advocatícios, estes fixados em 10% da condenação. 6. Acórdão lavrado na forma do artigo 46 da Lei 9.099/95.

O Acórdão nº 1606557, legitimou que para os casos de aquisição de passagens aéreas internacionais, aplica-se o entendimento do Supremo Tribunal Federal, aprovado em repercussão geral (Tema 210), em que dispõe que os conflitos de consumo em transporte internacional de passageiros devem ser resolvidos segundo as regras estabelecidas nas convenções internacionais de Varsóvia e Montreal e não pelo CDC. Entretanto, a pretensão do autor não estava prescrita no ajuizamento da ação:

ACÓRDÃO Nº: 1606557. DATA DO JULGAMENTO: 24/08/2022
CONSUMIDOR. TRANSPORTE AÉREO INTERNACIONAL. OPERADORA DE TURISMO E EMPRESA AÉREA. SOLIDARIEDADE. TEMA 210 DO STF. APLICAÇÃO DA CONVENÇÃO DE MONTREAL. COMPRA DE PASSAGEM AÉREA. PRESCRIÇÃO. OBSERVÂNCIA DA SUSPENSÃO DA FLUENCIA DOS PRAZOS EM RAZÃO DA COVID-19. DIREITO DE ARREPENDIMENTO PREVISTO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. REEMBOLSO. DEMORA INJUSTIFICADA. DANO MORAL CONFIGURADO. PROPRIEDADE DO QUANTUM COMPENSATÓRIO. 1. A empresa aérea que emitiu a passagem é legítima para figurar na demanda na qual se busca restituição da quantia paga em virtude da desistência manifestada pelo consumidor. Preliminar de ilegitimidade rejeitada. 2. Tratando-se de contrato de transporte aéreo internacional, aplica-se o entendimento do Supremo Tribunal Federal no julgamento do RE 636.331 e ARE 766.618, cuja tese, aprovada em repercussão geral (Tema 210), dispõe que os conflitos de consumo em transporte internacional de passageiros devem ser resolvidos segundo as regras estabelecidas nas convenções internacionais de Varsóvia e Montreal e não pelo Código de Defesa do Consumidor. Nessa linha, aplica-se na hipótese o prazo prescricional de 2 anos previsto no art. 35 do Decreto 5.910/2006. 3. A despeito disso, a Lei 14.010/2020, que dispôs sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET), estabeleceu em seu art. 3º a suspensão dos prazos prescricionais a partir da sua entrada em vigor, em 10 de junho de 2020, até 30 de outubro de 2020. 4. Descontado o prazo da suspensão, não está prescrita a pretensão se transcorreu um ano, oito meses e vinte e seis dias do dia 26 de novembro de 2019 (manifestação da desistência) ao dia 7 de janeiro de 2022 (ajuizamento da ação). Prejudicial de prescrição afastada. 5. Conforme precedentes desta Turma Recursal (Acórdão 1098878, 07501762920178070016, Relator: FERNANDO ANTONIO TAVERNARD LIMA, Terceira Turma Recursal, data de julgamento: 22/5/2018, publicado no DJE: 29/5/2018 e acórdão 1112688, 07436002020178070016, Relator: CARLOS ALBERTO MARTINS FILHO, Terceira Turma Recursal, data de julgamento: 31/7/2018, publicado no DJE: 7/8/2018), o direito de arrependimento previsto no art. 49 do CDC é aplicável aos contratos de transporte aéreo, concluídos por meio da internet. Portanto, manifestada a desistência da compra da passagem aérea dentro do prazo legal de 7 (sete) dias, é devida a devolução integral do valor pago, livre de encargos. 6. A indiferença da empresa perante os reiterados pedidos do consumidor e a demora excessiva (mais de dois anos) para a devolução de quantia substancial são motivos suficientes para aflorar o dano moral, cujo quantum reparatório (R\$ 3.000,00) atende os critérios norteadores da adequada reparação. 7. Recurso conhecido. Preliminar de ilegitimidade rejeitada. Prejudicial de prescrição afastada. No mérito, desprovido. 8. Recorrente condenado a pagar as custas processuais.

O Acórdão nº 1436943, retificou o entendimento do direito de arrependimento nos casos de financiamento de crédito consignado, em que o autor solicitou o cancelamento do contrato,

dentro do prazo legal e devolveu o valor do empréstimo, porém a ré não aceitou o cancelamento do referido financiamento de crédito e estornou o valor devolvido pelo autor:

ACÓRDÃO Nº: 1436943. DATA DO JULGAMENTO: 07/07/2022

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. ART. 49 CDC. DIREITO AO ARREPENDIMENTO DENTRO DO PRAZO LEGAL. DEVOLUÇÃO EM DOBRO. BOA FÉ OBJETIVA. ARESP 1565599/MA. DANO MORAL NÃO CONFIGURADO. 1. O caso em questão é regido sob as normas protetivas do direito do consumidor, porque presentes os requisitos dos artigos 2º e 3º do CDC. Para além disso, o enunciado 297 da Súmula do STJ. 2. O prazo de reflexão está previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, o qual assegura que "O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. Parágrafo único. Se o consumidor exercer o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados". 3. O Superior Tribunal de Justiça pacificou a compreensão da expressão "engano justificável" a partir da boa-fé objetiva e não de eventual elemento volitivo do fornecedor (Corte Especial. EAREsp 676608/RS, Rel. Min. Og Fernandes, julgado em 21/10/2020), quando a discussão envolver repetição em dobro (art. 42, par. único, Lei no. 8.078/90). No caso, a cobrança foi indevida e faltou o fornecedor com a boa-fé objetiva, ao ignorar as diversas manifestações anteriores do tomador de empréstimo de desistir do contrato (art. 49, CDC), tendo inclusive devolvido o crédito recebido em sua conta, mas estornado pelo mutuante forçando a manutenção da relação jurídica. 4. Incabível o reconhecimento do dano moral, se pelas circunstâncias reveladas pelo quadro probatório, o descumprimento da norma ou incumprimento do contrato não resvalou nos direitos da personalidade do mutuário. 5. RECURSO DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA CONHECIDO E DESPROVIDO. RECURSO DO CONSUMIDOR CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O pressuposto para aplicação do art. 49, do CDC, é que a compra tenha sido realizada fora do estabelecimento comercial e que seja respeitado o prazo de 07 (sete dias) para desistência, porém não é razoável a interpretação do artigo supracitado como um direito irrestrito, sem considerar o seu fim econômico ou social e a boa-fé, que devem nortear as relações de consumo.

“O princípio da boa-fé presta a função de resguardar a integridade ética e moral da negociação jurídica. É um dos mais importantes princípios na relação contratual, impedindo que o negócio jurídico permaneça surtindo efeito mesmo eivado de má-fé.” (BARROS, 2018, p. 15).

Por isso, e enquanto não ocorre uma atualização normativa, o exercício do direito de arrependimento deve ter aplicação subjetiva, analisando cada caso em concreto para a melhor decisão pautada na harmonia da relação de consumo que é um dos princípios basilares da defesa

do consumidor. O que não pode ocorrer é cada fornecedor estabelecer os prazos próprios para o exercício do direito de arrependimento, em detrimento do CDC, norma ordinária.

Quanto ao cancelamento de passagens aéreas e a divergência do prazo estipulado nas normas, ressalta-se que o mandamento constitucional de proteção do consumidor, art. 5º, XXXII, da CF, deve ser aplicado prioritariamente, e a Resolução da ANAC, deve ser aplicada subsidiariamente, no que for compatível com o Código Consumerista.

Segundo Roza (apud ANDRADE, 2018, p. 42):

A natureza de norma de sobreposição do Código de Defesa do Consumidor, aliada ao critério hierárquico, nos autoriza a concluir que as compras de passagens aéreas pela internet continuam sendo alcançadas pelo artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor. O consumidor continua tendo o prazo de 7 (sete) dias para desistir, sem custos, da passagem, contado do ato da compra. Quanto ao artigo 11 da Resolução 400/2016 da ANAC, só alcançará as compras de passagens aéreas efetuadas no estabelecimento comercial físico da empresa aérea, já que a norma em exame, diferentemente do artigo 49 do CDC, não condiciona o exercício do direito à compra fora do estabelecimento comercial.

Portanto, nas compras realizadas no contexto do comércio eletrônico, o exercício do direito de arrependimento constitui um direito potestativo, à disposição do consumidor, sem a necessidade de que ele justifique o porquê está desistindo de determinada compra. Entretanto, este direito não pode ser usado de forma indiscriminada, sem considerar o princípio da boa-fé objetiva e harmonia das relações de consumo.

Foi analisada a evolução do comércio brasileiro até os dias atuais e o impacto da pandemia no crescimento do comércio eletrônico no Brasil. Analisou-se, também, o Código de Defesa do Consumidor e as demais normas consumeristas vigentes que tratam sobre o comércio eletrônico e o direito de arrependimento do consumidor.

Por conseguinte, foi realizada uma análise crítica à aplicação do direito de arrependimento em determinados tipos de produtos adquiridos, por meio do e-commerce, tais como: produtos personalizados, software de jogos *onlines*, passagens aéreas, dentre outros.

Por fim, foram apresentados julgados, do ano de 2022, do Tribunal de Justiça do Distrito Federal, sobre a aplicação do direito de arrependimento, no qual ficou demonstrado que não existe um consenso claro na jurisprudência brasileira, além de muitas divergências doutrinárias sobre o tema.

Exemplificando os que foi demonstrado nos acórdãos, um pacote de turismo adquirido pela internet, que inclui passagem aérea, cabe o direito de arrependimento, previsto no art. 49 do CDC. Porém, para uma passagem aérea, comprada pela internet, o direito de arrependimento será regulamentado pela Resolução nº 406/2016, da ANAC e não pelo CDC. Já para os casos de passagem aérea internacional, os conflitos serão dirimidos por meio das Convenções Internacionais de Varsóvia e Montreal.

Além disso, há de se ponderar o acórdão que chancelou o direito de arrependimento para devolução de álbum fotográfico personalizado adquirido em domicílio, mesmo o consumidor tendo visto, apreciado e analisado as características do produto que estava adquirindo, tal como faria se estivesse na loja física do fornecedor. Estaria a jurisprudência presa ao conceito literal de “contratação de produtos a domicílio”, sem realizar uma reflexão sobre o tipo de produto contratado? Ou o direito de arrependimento não está condicionado à natureza do produto e sim à forma como ele foi adquirido?

Enquanto não ocorre uma atualização das normas consumeristas, restam dúvidas sobre a aplicação do direito de arrependimento, cabendo a análise de cada caso concreto, o que demanda ainda mais da justiça brasileira. Ressalta-se que mesmo em casos de incertezas, não pode o fornecedor, criar condições próprias para o exercício do direito de arrependimento, pois se assim o fizer, estará trazendo insegurança jurídica para a relação de consumo.

REFERÊNCIAS

ABREU, Tâmara dos Reis de. *O direito de arrependimento do consumidor nos contratos eletrônicos*. VIII Semana de Mobilização Científica. Universidade Católica de Salvador, Salvador, out. 2005. Disponível em: <<http://ri.ucsal.br:8080/jspui/bitstream/prefix/2253/1/O%20direito%20de%20arrependimento%20do%20consumidor%20nos%20contratos%20eletr%C3%B4nicos.pdf>> . Acesso em: 10 de maio de 2022.

ALVES, Fabrício Germano. et al. Aplicabilidade do direito de arrependimento no comércio eletrônico em relação aos produtos personalizados. *Cadernos de Direito: cadernos do curso de mestrado em Direito da Universidade Metodista de Piracicaba*, São Paulo, v.17, n.32, p. 117-149, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_informativo/bibli_inf_2017/IJC19_04.pdf>. Acesso em: 12 abril 2022.

ARAÚJO, Raul César Machado de. *Da aplicabilidade do direito de arrependimento no comércio eletrônico*. 2019. 38 f. Dissertação (Graduação). Curso de Direito. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/37225>>. Acesso em: 05 de maio de 2022.

BARROS, Lucas Henrique Borges de. *Direito de arrependimento: a boa-fé objetiva como requisito essencial para a aplicação do artigo 49 do código de defesa do consumidor*. 2018. 22 f. Dissertação (Graduação). Curso de Direito. Centro Universitário de João Pessoa, João Pessoa, 2018. Disponível em: <<https://bdcc.unipe.edu.br/publications/direito-de-arrependimento-a-boa-fe-objetiva-co-mo-requisito-essencial-para-a-aplicacao-do-artigo-49-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-lucas-henrique-borges-de-barros/>>. Acesso em: 27 de abril de 2022.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 09 de maio de 2022.

_____. *Decreto nº 7.962 de 15 de março de 2013*. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm> . Acesso em 09 de maio de 2022.

_____. *Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990*. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm> . Acesso em: 09 de maio de 2022.

_____. *Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002*. Institui o Código Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm>. Acesso em: 06 de maio de 2022.

_____. *Projeto de Lei n.º 281, de 2012*. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do

Título I e dispor sobre o comércio eletrônico. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052488>>. Acesso em: 05 de maio de 2022.

_____. *Resolução nº 400 da Agência Nacional de Aviação Civil, de 13 de dezembro de 2016*. ANAC. Dispõe sobre as Condições Gerais de Transporte Aéreo. Disponível em: <https://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016/@@display-file/arquivo_norma/RA2016-0400%20-%20C ompilado%20at%C3%A9%20RA2017-0434.pdf>. Acesso em: 15 maio 2022.

GRINOVER. Alda Pellegrini. et al. Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. 10ª ed. Rio de Janeiro. Forense. 2011.

LIMA, Karina Barduchi de. *O direito de arrependimento no comércio eletrônico e suas possíveis limitações*. 2018. 54 f. Dissertação. Curso de Preparação à Magistratura em nível de especialização. Escola da Magistratura do Paraná. Londrina, 2018. Disponível em:<<https://www.emap.com.br/biblioteca/monografias/?buscar=o+direito+de+arrependimento&categoria=todos#>>. Acesso em: 10 de maio de 2022.

OTSUSCHI, Lucas Guilherme de Queiroz. *Proteção do consumidor no comércio eletrônico: a importância da aprovação do PL 3.514/2015*. 2021. 46 f. Dissertação (Graduação). Curso de Direito. Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/15681/1/Lucas%20Otsuschi%20RA%201708596.pdf>>. Acesso em: 10 de junho de 2022.

PADILHA, Izaias Avelino. et. al. *Análise prática do direito de arrependimento exercida pelo código de defesa do consumidor nas relações de consumo*. 2018. 18 f. Dissertação (Graduação). Curso de Direito. Centro Universitário de João Pessoa, João Pessoa, 2018. Disponível em: <<https://bdcc.unipe.edu.br/publications/analise-pratica-do-direito-de-arrependimento-exercida-pelo-codigo-de-defesa-do-consumidor-nas-relacoes-de-consumo-izaias-avelino-padilha/>>. Acesso em 06 de maio de 2022.

RODRIGUES, Lucas Campos. *A necessidade de ampliação do direito de arrependimento nos contratos eletrônicos*. 2015. 54 f. Dissertação (Graduação). Curso de Direito. Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/8418?mode=simple>>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

ROZA, Ana Paula de Menezes. *O direito de arrependimento nas compras de passagens aéreas no comércio eletrônico, segundo o código de defesa do consumidor*. 2021, 56 f. Dissertação (Graduação). Curso de Direito. Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/15241/1/Ana%20Roza%2021652027.pdf>>. Acesso em: 01 de maio de 2022.

SALGARELLI, Kelly Cristina. *Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre confiança e boa-fé*. 1ª Edição. São Paulo: Ícone. 2010. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/187269/pdf/0?code=k3+MaC5qURGT_RQKqDwrekeBsUp4Wcs9qgrdJGEe9RuDI4y3PZAYFzK1+Tv26sWce38de52UOIjp/atQN2Iomg==>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

SILVA, Verônica Maria Félix da. et al. *O direito de arrependimento do consumidor a chegada do comércio eletrônico ao Brasil*. Revista Ibero- Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v 8, n 2, p. 677-691, fev. 2022. Disponível em: <<https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/4229>>. Acesso em: 11 de maio de 2022.

SOUZA, Marina Graciliano Marinho de. *Da aplicabilidade do direito de arrependimento no comércio eletrônico: dos contratos eletrônicos com bens imateriais*. Artigo de Site: Migalha de Peso, 2020, 22 f. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/arquivos/2020/3/4882AA5A2C0DE8_Artigo-Direitodearrependimento.pdf>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

TOMÉ, Luciana Mota. *Comércio eletrônico x pandemia de coronavírus*. Caderno Técnico: Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste, v 6, n 178, p. 1-6, jun. 2021. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/908/1/2021_CDS_178.pdf>. Acesso em: 11 de maio de 2022.

ZOBOLI, Fernanda Henriques Gonçalves. *O direito de arrependimento, a pandemia e a Lei 14.010/2020*. Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19, v 2, São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://api.tjsp.jus.br/Handlers/Handler/FileFetch.ashx?codigo=126201>>. Acesso em 14 de maio de 2022.