



ESCOLA DA MAGISTRATURA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

A SUPERVALORIZAÇÃO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NAS  
TRANSAÇÕES COMERCIAIS ELETRÔNICAS

Yuri Salibian

Rio de Janeiro  
2018

YURI SALIBIAN

A SUPERVALORIZAÇÃO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NAS  
TRANSAÇÕES COMERCIAIS ELETRÔNICAS

Artigo científico apresentado como exigência  
de conclusão de Curso de Pós-Graduação *Lato  
Sensu* da Escola da Magistratura do Estado do  
Rio de Janeiro.

Professores Orientadores:

Mônica C. F. Areal

Nélson C. Tavares Junior

Rio de Janeiro  
2018

## A SUPERVALORIZAÇÃO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NAS TRANSAÇÕES COMERCIAIS ELETRÔNICAS

Yuri Salibian

Graduado em Direito pela Universidade  
Federal do Rio de Janeiro. Advogado.

**Resumo** – O avanço tecnológico originou novas modalidades de celebração de negócios jurídicos. Nesse diapasão, as relações comerciais eletrônicas entre fornecedores e consumidores adquiriram grande destaque, sobretudo após a virada do milênio. Entre às regras aplicáveis a esse pacto, elenca-se o instituto do direito de arrependimento, consubstanciado no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor. A finalidade do presente trabalho é analisar a compatibilidade da norma consubstanciada no CDC com o atual quadro do comércio eletrônico, demonstrar a necessidade de alteração da legislação atinente ao tema, bem como discorrer sobre o projeto de lei que tramita no Congresso Nacional, comparando-o com sistemas de proteção consumerista estrangeiros.

**Palavras-chave** – Direito do Consumidor. Direito de arrependimento. CDC. PL nº 3514/2015.

**Sumário** – Introdução. 1. A aplicação estrita do instituto do arrependimento nas relações comerciais eletrônicas. 2. O crescimento do mercado de *e-commerce* brasileiro e a impreterível necessidade de adaptação. 3. A evolução da proteção consumerista internacional e a estagnação brasileira. Conclusão. Referências.

### INTRODUÇÃO

O presente artigo visa discutir a compatibilidade da redação original do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor – que versa sobre o direito de arrependimento – com as relações comerciais eletrônicas, isto é, aquelas realizadas via internet.

Criado como uma forma de combater o denominado “marketing agressivo”, este direito tem o condão de conter as práticas abusivas que impactam o livre discernimento do consumidor quando a relação consumerista ocorre fora do estabelecimento comercial, atendendo aos princípios da seara consumerista.

Nesse sentido, doutrina e jurisprudência possuem o entendimento harmônico sobre a possibilidade de sua aplicação nos contratos eletrônicos, o que foi corroborado com a edição do Decreto nº 7.962/13 e da Lei nº 12.965/14. No entanto, é necessário refletir sobre a compatibilidade da aplicação literal nestes contratos, sobretudo no que se refere às suas consequências em um modelo comercial que se originou após o advento da Lei nº 8.078/90 trazendo mudanças às relações jurídicas.

A relevância do tema é constatada pelos atuais projetos de lei que visam a aperfeiçoar o exercício deste direito.

No primeiro capítulo do presente artigo é discutida a existência de uma supervalorização da vulnerabilidade observada no Código de Defesa do Consumidor no que tange às relações do comércio eletrônico, levando em consideração a quantidade de informação proporcionada ao comprador nos sites de compra e venda e de que maneira esta poderia influenciar na responsabilidade do fornecedor.

Em seguida, o segundo capítulo aborda a aplicação estrita do direito de arrependimento, nos termos do artigo 49, do CDC, e como ela enseja a devolução imotivada dos produtos adquiridos pela internet, mediante análise de dados obtidos em pesquisa, e se estas refletem no aumento das despesas com serviço postal e encarecimento dos produtos pelas empresas.

O terceiro capítulo aborda a eventual necessidade de uma mudança na aplicação do direito de arrependimento nos contratos celebrados no âmbito do *e-commerce*, seja mediante alteração legislativa ou adequação jurisprudencial, de forma a evitar o abuso de direito nas relações de consumo e fomentar a atividade comercial.

A pesquisa é desenvolvida mediante utilização do método hipotético-dedutivo, mediante análise do problema e a propositura de uma solução para, posteriormente, corroborá-la ou refutá-la por meio de argumentos.

Utilizar-se-á, portanto, uma abordagem de pesquisa qualitativa, a qual possibilitará a sustentação de uma tese mediante o levantamento de dados atinentes ao tema, como a jurisprudência e a doutrina mais recentes.

## 1. A APLICAÇÃO ESTRITA DO INSTITUTO DO ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES COMERCIAIS ELETRÔNICAS

O instituto do direito de arrependimento está legalmente insculpido no artigo 49, da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990<sup>1</sup>, o qual dispõe que o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias, sempre que a contratação de fornecimento de produtos ou serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial. A referida norma foi criada com o escopo de limitar as técnicas agressivas de venda – aquelas em que o consumidor se encontra com o poder decisório diminuído – mais acentuadas nesses casos, de forma a observar a vulnerabilidade do consumidor e promover a isonomia entre as partes contratantes.

---

<sup>1</sup> BRASIL. *Lei nº 8.078*, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

Nesse sentido, o coautor do anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor, Nelson Nery Júnior<sup>2</sup> apresenta a seguinte lição:

Quanto o espírito do consumidor não está preparado para uma abordagem mais agressiva, derivada de práticas e técnicas de vendas mais incisivas, não terá discernimento suficiente para contratar ou deixar de contratar, dependendo do poder de convencimento empregado nessas práticas mais agressivas. Para essa situação é que o Código prevê o direito de arrependimento.

Além da sujeição do consumidor a essas práticas comerciais agressivas, fica ele vulnerável também ao desconhecimento do produto ou serviço, quando a venda é feita por catálogo, por exemplo. Não tem oportunidade de examinar o produto ou serviço, verificando suas qualidades e defeitos etc.

Essas situações verificam-se, de ordinário, fora do estabelecimento comercial, como, por exemplo, com a venda porta a porta, por telefone, por reembolso postal, por fax, por videotexto, por prospectos etc. O Código protege o consumidor contra toda e qualquer contratação realizada fora do estabelecimento comercial, concedendo-lhe o prazo de sete dias para arrepender-se do negócio, sem nenhum ônus.

De forma exemplificativa, restam enumeradas no citado artigo duas modalidades de contratação no final de seu *caput*: por telefone e em domicílio. Em que pese os exemplos utilizados pelo legislador à época da elaboração da Lei nº 8.078/90<sup>3</sup>, atualmente outro meio se tornou o mais comum nas relações comerciais ocorridas no exterior das instalações do fornecedor: a aquisição de produtos e serviços por intermédio da Internet.

Inimagináveis ao tempo da edição do Código de Defesa do Consumidor, as relações que utilizam a rede mundial de computadores para serem concretizadas possuem suas peculiaridades, principalmente no que se refere à compra e venda de produtos.

Uma de suas principais características é o fato de que, na maioria das vezes, quem possui a iniciativa de contratar é o consumidor, e não o fornecedor. Dessa maneira, quando disponibilizado por este, aquele possui acesso a diversas informações sobre o produto, como por exemplo, dimensões, peso, recursos, ano de fabricação, etc., bem como tem acesso às avaliações de outros compradores sobre o mesmo bem.

Outra grande característica é o aumento de oferta proporcionado pelo advento da chamada “era da informação”. Após a virada do milênio, o número de negociações no *e-commerce* cresceu exponencialmente, principalmente aquelas relacionadas a alimentos perecíveis e itens personalizados, isto é, produtos que por sua própria natureza tem a sua reinserção na cadeia de consumo dificultada em caso de devolução.

---

<sup>2</sup> NERY JUNIOR, Nelson et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007, p. 561.

<sup>3</sup> BRASIL, op. cit., nota 1.

No entanto, a jurisprudência brasileira<sup>4</sup> sempre possuiu o entendimento da existência de presunção *iure et de iure* nos contratos eletrônicos para o exercício do direito de arrependimento, seja qual for a natureza do produto ou as condições em que sua aquisição for celebrada, haja vista a aplicação da Teoria do Risco do Negócio. A posição, acolhida por maior parte da doutrina, foi reforçada posteriormente pela edição do Decreto nº 7.962/2013<sup>5</sup> e da Lei nº 12.965/2014<sup>6</sup>.

O fornecedor, por sua vez, possui a seu favor como forma de limitação do direito de arrependimento apenas a alegação de abuso do direito (artigo 187, do Código Civil<sup>7</sup>), o que se demonstra improvável ser comprovado na prática, uma vez que é dispensada qualquer justificativa para o exercício do também denominado “direito de reflexão”<sup>8</sup>.

Leonardo de Medeiros Garcia<sup>9</sup> dispõe sobre a razão do artigo 49, do Código Consumerista:

A *ratio* da norma é que quando o consumidor adquire o produto ou o serviço fora do estabelecimento comercial, fica ainda mais vulnerável na relação instituída com o fornecedor. Com efeito, quando o consumidor está dentro do estabelecimento, ele pode verificar o produto ou serviço (tamanho, largura, cores, condições de prestação do serviço etc.); comparar com outros de marcas ou modelos diferentes; tirar as dúvidas pessoalmente com o vendedor; conversar com outros consumidores que porventura estejam no estabelecimento e que já adquiriram o produto e/ou serviço anteriormente. Cumpre destacar, ainda, os produtos em que o consumidor pode testar pessoalmente a qualidade e a eficiência, verificando se atende as suas expectativas, como o *test drive* em veículo.

Dessa maneira, depreende-se que a *mens legis* pretendida pelo legislador original não se adequa à atual conjuntura do mercado eletrônico, mas termina por criar eventuais obstáculos ao cumprimento regular das obrigações pactuadas nesse meio.

Necessário ressaltar que o ordenamento jurídico pátrio não vincula qualquer tipo de vício ou defeito do produto para que esteja caracterizada a possibilidade do exercício do

---

<sup>4</sup> Id. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial nº 1340604 / RJ*. Relator: Ministro Mauro Campbell Marques. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1255126&num\\_registro=201201416908&data=20130822&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1255126&num_registro=201201416908&data=20130822&formato=PDF)>. Acesso em: 31 jul. 2018.

<sup>5</sup> Id.. *Decreto nº 7.962*, de 15 de março de 2013. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>6</sup> Id. *Lei nº 12.965*, de 23 de abril de 2014. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>7</sup> Id. *Código Civil*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/CCivil\\_03/Leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>8</sup> Rizzatto Nunes prefere o uso do substantivo “reflexão”, tendo em vista que a desistência por parte do consumidor não depende de qualquer justificativa ligada a sua vontade. NUNES, Rizzatto. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 497.

<sup>9</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Código de defesa do consumidor comentado: artigo por artigo*. 12 ed. Salvador: Juspodivm, 2016, p. 362.

arrependimento, fazendo “com que o efeito retroaja ao início do negócio, para caracterizá-lo como nunca tendo existido”<sup>10</sup>. Tal posição acarreta um grande ônus para as sociedades empresárias que utilizam a rede mundial de computadores em sua atividade comercial, sobretudo em razão dos prejuízos causados pela logística reversa, na qual o fornecedor deve arcar com todos os custos de retorno, na forma do parágrafo único do artigo 49, da Lei, o que será analisado com maior enfoque no próximo capítulo.

Dessarte, infere-se que a estrita aplicação do direito de arrependimento nas relações comerciais eletrônicas, no cenário atual, é incompatível com princípios basilares consumeristas, em especial o da harmonia das relações de consumo almejada pelo microssistema consumerista, conforme preconiza o artigo 4º, III, da Lei nº 8.078/90<sup>11</sup>, tendo em vista o fomento de uma “supervalorização” da vulnerabilidade do consumidor em detrimento da regular atividade do fornecedor, o que torna dificultosa a obtenção de lucro em suas atividades e, por conseguinte, causa impactos negativos no atual sistema econômico brasileiro. Portanto, torna-se imprescindível que o mencionado instituto acompanhe a evolução social, de forma a adequar-se a uma modalidade comercial crescente.

## 2. O CRESCIMENTO DO MERCADO DE *E-COMMERCE* BRASILEIRO E A IMPRETERÍVEL NECESSIDADE DE ADAPTAÇÃO

Pesquisa realizada pela multinacional Google indica que a venda de produtos pela Internet no Brasil deve dobrar até 2021, atingindo o montante de R\$ 84,7 bilhões. Desse modo, o percentual de participação do *e-commerce* no varejo – 5,4% em 2016 – tenderia a 9,5% do total<sup>12</sup>.

Em 2014, um estudo<sup>13</sup> elaborado pelo portal E-Commerce Brasil em parceria com a empresa de análise de dados Forrester concluiu que a taxa de devolução em território nacional é baixa (4% do total dos produtos) quando comparada as de países mais desenvolvidos. Entretanto, aponta-se que esse fator ocorre em virtude da menor cultura de devolução sobre os

---

<sup>10</sup> NUNES, op. cit., p. 499.

<sup>11</sup> BRASIL, op. cit., nota 1.

<sup>12</sup> OLIVEIRA, Filipe. *Vendas na internet no Brasil devem dobrar até 2021, indica Google*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/10/1823568-vendas-na-internet-devem-dobrar-ate-2021-indica-google.shtml>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>13</sup> WIDGER, Zia Daniell. *Key Metrics In Brazil's eCommerce Market*. Disponível em: <[https://go.forrester.com/blogs/14-10-21-key\\_metrics\\_in\\_brazils\\_ecommerce\\_market/](https://go.forrester.com/blogs/14-10-21-key_metrics_in_brazils_ecommerce_market/)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

produtos comprados remotamente – o que pode aumentar com o tempo, de acordo com a promoção e racionalização das políticas de devolução pelos varejistas.

Para efeito de comparação, o mercado consumerista dos Estados Unidos, considerado o maior do mundo<sup>14</sup>, possui uma taxa de devolução dos produtos adquiridos via contratos eletrônicos de 30%. Em contrapartida, a taxa referente aos produtos comprados em lojas físicas norte-americanas é de apenas 8.89%<sup>15</sup>.

Posto isso, importante salientar que o custo das devoluções, segundo entendimento do artigo 49, parágrafo único, da Lei nº 8.078/90, deve ser arcado em sua totalidade pelo fornecedor. Tal despesa representa um percentual que pode chegar a cinco vezes o custo de entrega das mercadorias<sup>16</sup>, acarretando o aumento dos preços a longo prazo, haja vista que as despesas são repassadas aos consumidores finais.

Diante do cenário que se apresenta, constata-se que o mercado brasileiro precisa se adaptar o mais rápido possível a fim de mitigar os prejuízos sofridos com a devolução de produtos, tendo em vista o irrefutável crescimento previsto para o *e-commerce* nacional.

Em que pese o silêncio da lei quanto à natureza e ao estado de conservação do produto, parte da doutrina defende que o direito potestativo de cancelamento observe alguns princípios, como o da vedação ao enriquecimento sem causa e a boa-fé. Nesse sentido, Leonardo de Medeiros Garcia<sup>17</sup> expõe que, para o exercício do direito de arrependimento, é necessário que o produto objeto da devolução possa ser novamente utilizado pelo fornecedor em futura transação. Para o jurista, se o consumidor utilizar o produto durante um dia de trabalho, por exemplo, não poderá devolvê-lo, ante a impossibilidade de o fornecedor efetuar uma nova venda.

Sob a mesma ótica, a professora Cláudia Lima Marques<sup>18</sup> versa acerca das características do produto apto à devolução:

Se ele (consumidor) pretende fazer uso do seu novo direito de arrependimento, no prazo de 7 dias, deverá cuidar para que o bem não pereça e não sofra qualquer tipo de

---

<sup>14</sup> BANCO MUNDIAL. *Gasto de consumo final de los hogares (US\$ a precios actuales)*. 2016. Disponível em: <[https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.CON.PRVT.CD?year\\_high\\_desc=true](https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.CON.PRVT.CD?year_high_desc=true)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>15</sup> SALEH, Khalid. *E-commerce Product Return Rate – Statistics and Trends*. Disponível em: <<https://www.invespcro.com/blog/ecommerce-product-return-rate-statistics/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>16</sup> FECOMERCIO-SP. *Trocas e devoluções no e-commerce ainda são entraves para varejistas*: apenas três em cada dez consumidores conseguem efetivar uma troca sem dificuldade. Disponível em: <<http://www.fecomercio.com.br/noticia/trocas-e-devolucoes-no-e-commerce-ainda-sao-entraves-para-varejistas-1>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>17</sup> GARCIA, op. cit., p. 363.

<sup>18</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 3. ed. rev., atual, e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998, p. 368.



desvalorização, devendo evitar usá-lo ou danificá-lo (abrir o pacote, experimentar o shampoo, manusear e sujar a enciclopédia etc.). Se o fizer, segundo nos parece, poderá até desistir do vínculo obrigacional, liberando-se das obrigações assumidas, (por ex.: pagamento da segunda prestação, recebimento mensal dos fascículos da enciclopédia etc), mas como não pode mais devolver o produto nas condições que recebeu (volta ao status quo), terá que ressarcir o fornecedor pela perda do produto ou pela desvalorização que o uso causou, tudo com base no princípio do enriquecimento ilícito. Nestes termos, é a solução do direito alemão que parece-nos adequada ao espírito do CDC, pois pode ser de interesse do consumidor livrar-se do vínculo contratual, mas não é justo que enriqueça sem causa.

Cavaliere Filho<sup>19</sup> também se posiciona na vedação ao enriquecimento sem causa pelo arrependimento do consumidor, citando que a boa-fé objetiva do consumidor deve estar presente. Repudia o autor, a título de exemplo, a conduta de quem compra uma roupa ou sapato pela Internet, faz uso deles em uma festa e, antes dos sete dias, invoca o instituto em testilha.

A jurisprudência, por sua vez, atenta à genericidade do texto normativo, também procura adaptar a disposição literal ao cenário atual do comércio eletrônico. Emblemática decisão emanada pela Sétima Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro na ação civil pública nº 0069072-96.2005.8.19.0001<sup>20</sup> afastou a aplicação do direito de arrependimento em caso de desistência voluntária do consumidor e entendeu ser lícita a retenção por parte de companhia aérea de 10% do valor da passagem, sob o fundamento de que a situação do comprador de passagem no estabelecimento comercial da transportadora é idêntica àquela do comprador do mesmo produto pela Internet. De fato, a aplicação literal do artigo 49, do CDC, no caso em comento acarretaria um ônus desproporcional à empresa, afastando-se da isonomia perseguida pelo diploma.

Nesse diapasão, a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC)<sup>21</sup> editou a resolução administrativa nº 400, de 13 de dezembro de 2016, estipulando o prazo de 24 horas a partir do recebimento do comprovante para o consumidor exercer o seu direito de arrependimento, o que fez nascer a discussão sobre a aplicabilidade de uma resolução autárquica face à sua antinomia a uma norma específica no Código de Defesa do Consumidor que prevê o prazo de 7 dias a contar da assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço.

<sup>19</sup> CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de Direito do Consumidor*. São Paulo: Atlas, 2011, p. 161.

<sup>20</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. *Apelação nº 0069072-96.2005.8.19.0001*. Relatora: Desembargadora Maria Henriqueta do Amaral Fonseca Lobo. Disponível em: <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=00036C9E401F31B14E6DE251C1B3B48C6F5AF3C402171B64>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>21</sup> Id. *Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC. Resolução nº 400, de 13 de dezembro de 2016*. Dispõe sobre as Condições Gerais de Transporte Aéreo. Disponível em: <[http://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016/@/@/display-file/arquivo\\_norma/RA2016-0400%20-%20Retificada.pdf](http://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016/@/@/display-file/arquivo_norma/RA2016-0400%20-%20Retificada.pdf)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

Ante o exposto, a fim de evitar que a insegurança jurídica paire nas relações contratuais eletrônicas, demonstra-se a necessidade de alteração do texto normativo da Lei nº 8.078/90<sup>22</sup> de forma a adaptar a norma ao atual panorama do crescente *e-commerce* brasileiro de forma a manter o equilíbrio nas relações entre fornecedor e consumidor. Com efeito, tramita no Congresso Nacional o projeto de lei nº 3514/2015<sup>23</sup> (PL do Comércio Eletrônico), o qual propõe mudanças significativas no instituto em tela – malgrado esteja na contramão dos ordenamentos jurídicos internacionais, conforme será demonstrado no próximo capítulo.

### 3. A EVOLUÇÃO DA PROTEÇÃO CONSUMERISTA INTERNACIONAL E A ESTAGNAÇÃO BRASILEIRA

Notadamente, o fenômeno da compra e venda de produtos por meios digitais é de caráter global e implica em alterações nos ordenamentos jurídicos de diversos países de forma a compatibilizá-los com o quadro atual. Embora não haja uniformidade no que tange ao direito de reflexão, países ocidentais considerados potências econômicas buscam harmonizar o tratamento concedido a consumidores e fornecedores, cientes de que a disposição clara sobre direitos e deveres das partes celebrantes dos contratos eletrônicos é vital para a saúde dos mercados interno e externo.

Nos Estados Unidos da América, a Federal Trade Commission<sup>24</sup>, agência governamental de proteção aos consumidores norte-americanos, permite que estes devolvam um produto adquirido fora do local físico permanente do vendedor no prazo de 72 horas após a aquisição. Denominado *cooling-off rule*, esse instituto não se aplica às compras realizadas integralmente online – contanto que não haja qualquer outro contato pessoal entre comprador e vendedor ou representante deste antes da entrega dos produtos ou prestação do serviço<sup>25</sup>. Sendo assim, a definição de venda porta-a-porta se diferencia daquela realizada exclusivamente pela Internet, sobretudo diante da agressividade, pressão e táticas enganosas identificadas nesse meio de celebração de contratos, atingindo grande número de idosos naquele país<sup>26</sup>.

---

<sup>22</sup> Id., op. cit., nota 1.

<sup>23</sup> Id. *Projeto de Lei nº 3514*, de 4 de novembro de 2015. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052488>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>24</sup> FEDERAL TRADE COMMISSION. *About the FTC*. Disponível em: <<https://www.ftc.gov/about-ftc>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

<sup>25</sup> LEGAL INFORMATION INSTITUTE. *16 CFR 429.0 - Definitions*. Disponível em: <<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/16/429.0>>. Acesso em 24 abr. 2018.

<sup>26</sup> RULES AND REGULATIONS. *Federal Register*. Disponível em: <[https://www.ftc.gov/system/files/documents/federal\\_register\\_notices/2015/01/150109coolingoffrn.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/federal_register_notices/2015/01/150109coolingoffrn.pdf)>. Acesso em: 24 abr. 2018.

Ainda assim, há exceções no que se refere à aplicação dessa regra como, por exemplo, não ser aplicável às vendas em montante inferior a 25 dólares realizadas na residência do consumidor ou abaixo de 130 dólares se realizadas em locais temporários, bem como não cobrir situações em que a aquisição foi realizada em virtude de situação de emergência<sup>27</sup>. Contudo, vale ressaltar que a lei federal não impede que os estados possuam suas próprias *cooling-off rules* aplicáveis em seus respectivos âmbitos de competência, desde que não sejam “diretamente inconsistentes” com a norma federal – é o que acontece na prática, aumentando a abrangência da proteção ao consumidor<sup>28</sup>.

Por sua vez, a União Europeia, por intermédio da Diretiva 2011/83/EU do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011<sup>29</sup>, relativa aos direitos dos consumidores, estabeleceu um objetivo de uniformização aos seus países-membros no que se refere ao direito de arrependimento, cientes de que “a harmonização total da informação aos consumidores e o direito de retratação relativo aos contratos à distância e aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial contribuirão para um nível elevado de proteção dos consumidores e para um melhor funcionamento do mercado interno entre empresas e consumidores”.

O ato legislativo europeu trata minuciosamente dos direitos e deveres das partes celebrantes do contrato eletrônico. Para o exercício do direito de arrependimento, o consumidor dispõe de um prazo de 14 dias contados a partir da celebração do contrato a distância ou fora do estabelecimento comercial, dispensando-se a indicação de qualquer motivo e sem incorrer em quaisquer custos.

O artigo 10, da referida diretiva, traz uma sanção justificável para o fornecedor que não houver informado ao consumidor a existência do direito de retratação, além das condições, prazo e procedimento para o seu exercício, bem como se omitir da obrigação de fornecer a este um modelo de formulário de retratação. Ausentes quaisquer uma dessas informações, o prazo para o exercício do direito de arrependimento expira 12 meses após o seu termo inicial, a depender da obrigação assumida pelo fornecedor, com o intuito de resguardar a segurança jurídica.

---

<sup>27</sup> FEDERAL TRADE COMMISSION. *Buyer's Remorse: When the FTC's Cooling-Off Rule May Help*. Disponível em: <<https://www.consumer.ftc.gov/articles/0176-buyers-remorse-when-ftcs-cooling-rule-may-help>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

<sup>28</sup> RULES AND REGULATIONS. *Federal Register*. Disponível em: <[https://www.ftc.gov/system/files/documents/federal\\_register\\_notices/2015/01/150109coolingoffrn.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/federal_register_notices/2015/01/150109coolingoffrn.pdf)>. Acesso em: 24 abr. 2018

<sup>29</sup> UNIÃO EUROPEIA. *Directiva 2011/83/EU do parlamento europeu e do conselho*. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>>. Acesso em: 24 abr. 2018

O legislador europeu também foi atento à harmonização dos interesses das partes no que se refere aos custos de transporte do produto. Regra geral, deve o fornecedor reembolsar todos os pagamentos recebidos do consumidor – inclusive o frete. Entretanto, dispõe como exceção o caso em que o consumidor solicita expressamente uma modalidade de envio que não seja a menos onerosa proposta pelo fornecedor (fretes expressos, por exemplo). Nessa hipótese, deve o consumidor arcar com a diferença de preço entre os dois tipos de entrega.

Outrossim, possibilita-se ao fornecedor reter o reembolso até o recebimento dos bens devolvidos ou até o consumidor haver apresentado prova do envio dos bens (o que ocorrer primeiro). Essa situação demonstra a sua disparidade com o dispositivo equivalente no Código Consumerista do Brasil<sup>30</sup>, que determina a devolução imediata dos valores eventualmente pagos, monetariamente atualizados, no momento do exercício do direito de arrependimento.

O diploma europeu também prevê obrigações ao consumidor. Entre elas, pode-se citar o fato de responsabilização pela manipulação do bem que exceda o necessário para verificar a natureza, as características e o seu funcionamento<sup>31</sup>. Ainda assim, a diretiva possibilita que ele se desonere do referido dever na hipótese de ausência de informações por parte do fornecedor.

Assim como no sistema norte-americano, ele também prevê exceções ao direito de arrependimento<sup>32</sup>. Entre as mais notáveis, estão os bens suscetíveis de deterioração, produtos personalizados e contratos celebrados em hasta pública. Ademais, também resta fora do escopo da proteção legal os produtos oriundos de conteúdos digitais que não sejam fornecidos em suporte material, se a execução tiver início com o consentimento prévio e expresso do consumidor e o seu reconhecimento de que não há direito de retratação nessa modalidade.

Países europeus possuidores de legislação cível precedentes à brasileira, como a Alemanha e França, já se incumbiram de internalizar e atualizar a matéria de acordo com as mudanças oriundas do avanço do *e-commerce*.

O código civil alemão (*Bürgerliches Gesetzbuch – BGB*<sup>33</sup>), por exemplo, trata em sua seção 357 sobre as consequências legais dos contratos realizados à distância ou fora do estabelecimento comercial, excetuando aqueles relativos a serviços financeiros. A forma como trata sobre a matéria se coaduna com a adoção da diretiva europeia, demonstrando-se atualizada com as presentes práticas comerciais, sobretudo na previsão expressa de inexistência de compensação do valor pago quando o suporte do produto é realizado no formato digital. Não

---

<sup>30</sup> BRASIL, op. cit., nota 1.

<sup>31</sup> UNIÃO EUROPEIA, op. cit., nota 28.

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> ALEMANHA. *Bürgerliches Gesetzbuch*. Disponível em: <<https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/index.html>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

obstante, a lei alemã prevê o pagamento dos custos de frete pelo devedor no caso de exercício do direito de arrependimento se o valor do bem não exceder 40 euros.

Por sua vez, o sistema francês incorporou as disposições do documento europeu em seu código do consumidor (*Code de la Consommation*<sup>34</sup>), mais especificamente entre os artigos L221-18 e L221-28. Possuindo vasta disposição sobre a matéria, o diploma consumerista da França também dispõe acerca das exceções ao exercício do direito de arrependimento (*droit de rétractation*)<sup>35</sup>, estando no seu rol serviços de hotelaria, registros de áudio ou vídeo ou software de informática quando removidos os selos pelo consumidor e bens insuscetíveis de devolução por motivos de saúde ou higiene.

Diante dos modelos estrangeiros mencionados a título de comparação, denota-se que o instituto do direito de arrependimento brasileiro não acompanhou as mudanças socioeconômicas com a mesma velocidade, em virtude de qualquer edição legislativa sobre a matéria pós-1990. Ainda assim, tramita no Congresso Nacional o PL nº 3514/2015<sup>36</sup>, de autoria do senador José Sarney, que entre suas disposições, altera o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo neste mais oito parágrafos.

Entre as alterações positivas a serem destacadas, inclui-se a menção do meio eletrônico como uma das formas de contratação à distância, que consubstancia o já pacificado entendimento da doutrina e da jurisprudência sobre a aplicação do direito de arrependimento no *e-commerce*. Também estabelece que são equiparáveis a essa modalidade as contratações realizadas dentro do estabelecimento em que o consumidor não teve prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, como ocorre nos casos de falta do produto ou impossibilidade de acesso imediato, além de prever a obrigação do comprador em devolver o produto com todos os acessórios e a respectiva nota fiscal.

No entanto, em algumas situações, o projeto de lei peca pela falta de previsões mais específicas sobre o tema. Por exemplo, como compatibilizar a sanção imposta pelo parágrafo 7º com a norma disposta no parágrafo 4º, se o fornecedor deve realizar a devolução imediata do valor recebido quando exercitado o direito de reflexão pelo consumidor, ainda que não saiba se o produto reenviado acompanha todos os acessórios ou o documento fiscal?

Da mesma forma, o projeto não elenca qual a natureza dos produtos e serviços que estariam abarcados pela aplicação do artigo 49, permanecendo a solução à mercê de decisões

---

<sup>34</sup> FRANÇA. *Code de la consommation*. Disponível em: <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> BRASIL, *op. cit.*, nota 12.

judiciais disparatadas. A única medida tomada nesse sentido foi a inclusão do artigo 49-A, que versa sobre a possibilidade de prazo diferenciado para o exercício do direito nos contratos de transporte aéreo já mencionados no capítulo anterior.

## CONCLUSÃO

Ante o exposto, demonstra-se que a redação originária do direito de arrependimento disposta no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, por si só, não consegue atender a casos específicos relacionados ao prazo de reflexão de sete dias e devolução de produtos adquiridos por intermédio da Internet, sobretudo em razão da revolução tecnológica ocorrida após o advento da Lei nº 8.078/90 e a consequente transformação do mercado no lapso temporal de 28 anos.

A forma genérica pela qual o assunto é tratado gera, além de insegurança jurídica, prejuízo direto aos fornecedores e, indiretamente, aos próprios consumidores, tendo em vista o aumento dos custos de retorno e o repasse destes no custo final do bem, acarretando um prejuízo de natureza coletiva.

Sendo assim, doutrina e jurisprudência, já atentas à evolução das formas de celebração de contratos, procuraram adaptar o seu conteúdo ao quadro proporcionado pelo *e-commerce*, não apenas àqueles casos relacionados ao marketing agressivo originariamente previstos, conforme demonstrado no presente artigo.

No entanto, a atuação do Judiciário é insuficiente para preencher de forma precisa algumas lacunas oriundas da falta de um maior detalhamento na disposição do artigo 49, do CDC. Sendo assim, uma alteração legislativa quanto ao tema se mostra imperiosa a fim de evitar decisões disparatadas sobre um modo de celebração de contratos em constante expansão.

A referida modificação no ordenamento jurídico pátrio eclode do PL nº 3.514/2015 – PL do Comércio Eletrônico. Não obstante conter algumas mudanças significativas no Código de Defesa do Consumidor, esse projeto se revela não tão completo quando comparado a legislações estrangeiras já existentes que versam sobre a matéria, haja vista a ausência de dispositivos aptos a auxiliar o magistrado na solução de eventuais lides, as quais ficam sujeitas a diferentes conclusões.

O presente artigo, portanto, sustenta ser fundamental que o diploma consumerista brasileiro se equipare àqueles que regem mercados mais avançados e que trazem uma maior especificidade quanto ao tema, sob pena de já nascer defasado e incompatível com a economia

globalizada. Dessa forma, mediante estipulação de regras minimamente detalhadas e que determinem quais produtos e serviços são resguardados por esse instituto, afastar-se-ia uma eventual “supervalorização” da vulnerabilidade em prol da harmonização das relações de consumo e da boa-fé objetiva, proporcionando um mercado eletrônico salutar aos envolvidos e a facilitação na defesa dos interesses das partes.

## REFERÊNCIAS

ALEMANHA. Bürgerliches Gesetzbuch. Disponível em: <<https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/index.html>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

BANCO MUNDIAL. *Gasto de consumo final de los hogares (US\$ a precios actuales)*. 2016. Disponível em: <[https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.CON.PRVT.CD?year\\_high\\_desc=true](https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.CON.PRVT.CD?year_high_desc=true)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

BRASIL. *Decreto nº 7.962*, de 15 de março de 2013. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. *Lei nº 8.078*, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. *Lei nº 12.965*, de 23 de abril de 2014. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. *Projeto de Lei nº 3514*, de 4 de novembro de 2015. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052488>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Apl. nº 0069072-96.2005.8.19.0001. Relatora: Desembargadora Maria Henriqueta do Amaral Fonseca Lobo. Disponível em: <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=00036C9E401F31B14E6DE251C1B3B48C6F5AF3C402171B64>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de Direito do Consumidor*. São Paulo: Atlas, 2011.

FECOMERCIO-SP. *Trocas e devoluções no e-commerce ainda são entraves para varejistas: apenas três em cada dez consumidores conseguem efetivar uma troca sem dificuldade*. Disponível em: <<http://www.fecomercio.com.br/noticia/trocas-e-devolucoes-no-e-commerce-ainda-sao-entraves-para-varejistas-1>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

FEDERAL TRADE COMMISSION. *About the FTC*. Disponível em: <<https://www.ftc.gov/about-ftc>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. *Buyer's Remorse: When the FTC's Cooling-Off Rule May Help*. Disponível em: <<https://www.consumer.ftc.gov/articles/0176-buyers-remorse-when-ftcs-cooling-rule-may-help>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

FRANÇA. Code de la consommation. Disponível em: <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Código de defesa do consumidor comentado*: artigo por artigo. 12 ed. Salvador: Juspodivm, 2016.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

LEGAL INFORMATION INSTITUTE. *16 CFR 429.0 - Definitions*. Disponível em: <<https://www.law.cornell.edu/cfr/text/16/429.0>>. Acesso em 22 mai. 2018.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*: o novo regime das relações contratuais. 3. ed. rev., atual, e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

NUNES, Rizzatto. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

OLIVEIRA, Filipe. *Vendas na internet no Brasil devem dobrar até 2021, indica Google*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/10/1823568-vendas-na-internet-devem-dobrar-ate-2021-indica-google.shtml>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

RULES AND REGULATIONS. *Federal Register*. Disponível em: <[https://www.ftc.gov/system/files/documents/federal\\_register\\_notices/2015/01/150109coolingoffin.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/federal_register_notices/2015/01/150109coolingoffin.pdf)>. Acesso em: 22 mai. 2018.

SALEH, Khalid. *E-commerce Product Return Rate: Statistics and Trends*. Disponível em: <<https://www.invespro.com/blog/ecommerce-product-return-rate-statistics/>>. Acesso em: 22 mai. 2018.

UNIÃO EUROPEIA. *Directiva 2011/83/EU do parlamento europeu e do conselho*. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>>. Acesso em: 22 mai. 2018

WIDGER, Zia Daniell. *Key Metrics In Brazil's eCommerce Market*. Disponível em: <[https://go.forrester.com/blogs/14-10-21-key\\_metrics\\_in\\_brazils\\_ecommerce\\_market/](https://go.forrester.com/blogs/14-10-21-key_metrics_in_brazils_ecommerce_market/)>. Acesso em: 22 mai. 2018.