

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL
FACULDADE DE DIREITO DE ALAGOAS – FDA

THIAGO LIMA FERREIRA

**O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NOS CONTRATOS DE CONSUMO
CELEBRADOS PELA INTERNET**

MACEIÓ-AL

2022

THIAGO LIMA FERREIRA

**O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NOS CONTRATOS DE CONSUMO
CELEBRADOS PELA INTERNET**

Monografia de conclusão de curso, apresentada à Faculdade de Direito de Alagoas (FDA/UFAL) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. MS Fernando Antônio Barbosa Maciel

MACEIÓ-AL

2022

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecária: Taciana Sousa dos Santos – CRB-4 – 2062

F383d Ferreira, Thiago Lima.
O direito de arrependimento nos contratos de consumo celebrados pela internet / Thiago Lima Ferreira. – 2022.
67 f.

Orientador: Fernando Antônio Barbosa Maciel.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Direito) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Direito de Alagoas. Maceió, 2022.

Bibliografia: f. 63-67.

1. Direito de arrependimento. 2. Comércio eletrônico. 3. Direito do consumidor. 4. Contrato eletrônico. I. Título.

CDU: 347.451.031

Folha De Aprovação

THIAGO LIMA FERREIRA

O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NOS CONTRATOS DE CONSUMO CELEBRADOS PELA INTERNET

Monografia de conclusão de curso de graduação em Direito, apresentada à Faculdade de Direito de Alagoas (FDA/UFAL) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito, aprovada em 12 de dezembro de 2022.

Banca Examinadora:

Orientador: Prof. MS Fernando Antônio Barbosa Maciel
Universidade Federal de Alagoas

Examinador: Prof. Dr. Querino Mallmann
Universidade Federal de Alagoas

Examinador: Mestrando Rafael Oliveira Soares
Universidade Federal de Alagoas

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, tenho de agradecer a Deus por, ao longo dessa grande jornada repleta de desafios, me ter feito ver o caminho, nos momentos de maior dificuldade. Agradeço também ao meu professor orientador e a todos os professores do curso, por sua dedicação, paciência e conhecimento.

Agradeço a todos os meus familiares, que sempre estiveram ao meu lado me apoiando ao longo de toda a minha trajetória, no qual espero um dia lhes retribuírem por tudo que fizeram por mim. A minha noiva, por estar sempre ao meu lado, me apoiando incondicionalmente. Por fim, a todos os amigos da faculdade que ao desses anos trilharam essa jornada junto comigo.

RESUMO

Esta monografia tem como fundamental objeto a discussão acerca da aplicação do direito de arrependimento, previsto no artigo 49 da Lei n. 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor, nos contratos de consumo realizados pela internet. De início, por meio do estudo da evolução histórica da formalização da proteção dos direitos do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro. Após, buscou-se analisar a formação dos contratos eletrônicos, em especial aqueles celebrados a distância, evidenciando o seu conceito, classificação, características e forma de celebração, efetuando também um estudo dos planos da existência, validade e eficácia dos contratos. Para contextualizar, com o advento da internet, o comércio eletrônico tornou-se uma realidade no nosso cotidiano e cada vez mais indispensável para o desenvolvimento econômico e tecnológico. Esse desenvolvimento atingiu o meio jurídico de forma que deu origem a situações em que o ordenamento jurídico se mostrou insuficiente, sendo necessário, em determinados aspectos, a sua atualização. O consumidor, por sua vez, encontrou uma nova forma de contratar, qual seja, pelo meio eletrônico, partindo da premissa de que as contratações realizadas pela internet são consideradas um processo a distância, o consumidor acabou colocando-se em uma posição de maior fragilidade perante o fornecedor de produtos e serviços. Assim, foi necessário conseguir um instrumento que buscasse assegurar o reequilíbrio das relações contratuais. O direito de arrependimento é uma das formas que o legislador encontrou para buscar o equilíbrio e garantir uma maior proteção ao consumidor quando este estiver realizando contratos de consumo por meio eletrônico. Porém, essa temática não se trata de algo de aplicação simplista pelo aplicador do Direito, é necessário perceber o desenvolvimento desse direito até os tempos atuais, bem como quais casos merecem a sua aplicação e aqueles que, mesmo sendo realizada uma compra a distância, não cabe aplicá-lo. Por fim, é evidente que a evolução tecnológica culmina em novas questões que tangem à proteção do consumidor, da aplicação do direito do arrependimento, sendo necessário a constante atualização na legislação para que ocorra a ampla proteção desse direito.

Palavras-chave: direito de arrependimento; consumidor; comércio eletrônico; contratos a distância; internet.

ABSTRACT

This monograph has as its fundamental object the discussion about the application of the right of repentance, provided for in article 49 of Law n. 8,078/1990 – Consumer Defense Code, in consumer contracts made over the internet. Initially, through the study of the historical evolution of the formalization of consumer rights protection in the Brazilian legal system. Afterwards, we sought to analyze the formation of the electronic contract, especially those concluded at a distance, highlighting its concept, classification, characteristics and form of celebration, also carrying out a study of the plans of existence, validity and effectiveness of contracts. To contextualize, with the advent of the internet, electronic commerce has become a reality in our daily lives and increasingly indispensable for economic and technological development. This development reached the legal environment in a way that gave rise to situations in which the legal system proved to be insufficient, requiring, in certain aspects, its updating. The consumer, in turn, found a new way of contracting, that is, by electronic means, starting from the premise that contracts carried out over the internet are considered a distance process, the consumer ended up putting himself in a position of greater fragility. before the supplier of products and services. Thus, it was necessary to obtain an instrument that sought to ensure the rebalancing of contractual relationships. The right of repentance is one of the ways that the legislator has found to seek this balance and ensure greater protection for consumers when they are carrying out consumer contracts through electronic means. However, this theme is not something of simplistic application by the applicator of the Law, it is necessary to understand the development of this right until the present time, as well as which cases deserve its application and those that, even if a distance purchase is carried out, do not apply it. Finally, it is evident that technological evolution culminates in new issues regarding consumer protection, the application of the right to repentance, and it is necessary to constantly update the legislation so that the broad protection of this right can occur.

Keywords: right of repentance; consumer; e-commerce; distance contracts; internet.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADCT	Ato das Disposições Constitucionais Transitórias
ADOC	Associação de Defesa e Orientação do Consumidor
APC	Associação de Proteção ao Consumidor
Ap. Cív.	Apelação Cível
art.	Artigo
Brasilcon	Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor
CC	Código Civil
CDC	Código de Defesa do Consumidor
DPDC	Departamento Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor
<i>e-mail</i>	electronic mail / mensagem eletrônica
EU	União Europeia
html	Hypertext Markup Language
http	Hypertext Transfer Protocol – Protocolo de Transferência de Hipertexto
inc.	Inciso
Min.	Ministro
n.º	número
p.	Página
PL	Projeto de Lei
PLS	Projeto de Lei do Senado
Prof.	Professor(a)
Rel.	Relator
STJ	Supremo Tribunal de Justiça
v.	volume
www	World Wide Web – Rede Mundial de Computadores

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1 A EVOLUÇÃO DA PROTEÇÃO JURÍDICA DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR	10
1.1 Considerações históricas acerca do direito do consumidor no brasil	11
1.2 O direito do consumidor como direito fundamental	12
1.3 O advento do código de defesa do consumidor	17
1.4 A teoria do diálogo das fontes e o código de defesa do consumidor	20
2 OS CONTRATOS A DISTÂNCIA NO COMÉRCIO ELETRÔNICO	23
2.1 O contrato eletrônico e a proteção do consumidor	24
2.2 Características da internet	26
2.3 Existência, validade e eficácia dos contratos.	29
2.4 Formação dos contratos no meio eletrônico	31
2.5 Conceito e classificação do contrato eletrônico	34
3 O DIREITO DE ARREPENDIMENTO	37
3.1 Natureza jurídica do direito do arrependimento	40
3.2 Prazo de sete dias e o dever de informação	43
4 MEIOS PARA GARANTIR A MELHOR APLICAÇÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS A DISTÂNCIA REALIZADOS PELA INTERNET	47
4.1 Atualização do código de defesa do consumidor em relação ao comércio eletrônico ..	48
4.2 O Projeto de Lei do Senado n.º 281/2012.....	51
4.3 O reforço do direito de arrependimento do consumidor	56
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
REFERÊNCIAS.....	63

INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia deu-se origem a uma nova forma de comunicação e de realização de trocas comerciais, o qual puderam ser realizadas por meio da internet, no qual são formadas por redes eletrônicas e de telecomunicação em massa. A internet acaba proporcionando a criação de novos fatos jurídicos o que significa um desafio para o direito.

Nessa situação, é de significativa importância o estudo do direito de consumo, devido ao aumento exponencial do comércio eletrônico que atinge de maneira direta os consumidores. É possível, por meio da internet, a realização de qualquer tipo de compra, basta a utilização de um computador ou outro meio que possua acesso a rede mundial de computadores.

Na sociedade da informação, é valorizado os contratos de fornecimento de serviços e muitos deles são celebrados a distância e por meios eletrônicos, como será explicado. A evolução da tecnologia acabou tornando-se realidade do dia a dia das pessoas e dos negócios, tal desenvolvimento, acabou oferecendo mobilidade para as pessoas que estão conectadas na rede.

A internet proporciona uma enorme facilidade no geral, pois, elimina a necessidade de deslocamento e aumenta a velocidade de acesso e transferências de informações. Assim, como resultado desse desenvolvimento, foi natural que esse meio começasse a ser utilizado por empresas, para se relacionarem com os consumidores. Por meio da rede de computadores, os consumidores têm acesso ao mercado de consumo global e possuem a sua disposição tudo aquilo que está conectado à rede de computadores, assim, os compradores podem contactar diretamente os fornecedores.

Em razão disso, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) assegura o direito de arrependimento do consumidor quando a contratação ocorrer fora do estabelecimento empresarial, especialmente por domicílio e por telefone. Mas, em razão do avanço tecnológico, a internet deve ser entendida como um meio análogo a contratação por telefone, devido ao fato da contratação ser celebrada a distância, sem a presença física e simultânea dos contratantes. Assim, deverá ser analisado o direito de arrependimento dos contratos a distância celebrados pela internet.

O objeto da presente monografia consiste no estudo da proteção destinada aos consumidores nos contratos de consumo celebrados a distância, por meios eletrônicos, com atenção especial para aqueles que são realizados pela internet, a luz do ordenamento jurídico brasileiro.

Percebe-se, assim, a importância de analisar os contratos celebrados a distância, especialmente pela internet, bem como realizar a análise o direito de arrependimento do consumidor. Para isso, o presente trabalho foi dividido em 4 capítulos. No Capítulo 1 foi realizado um levantamento histórico acerca da evolução do surgimento dos primeiros dispositivos destinados a proteção dos direitos do consumidor.

No Capítulo 2, é examinado os contratos celebrados a distância por meios eletrônicos, especialmente aqueles realizados pela internet, expondo características da internet e fazendo um levantamento acerca das peculiaridades do contrato eletrônico, relatando seu conceito e classificação, é analisado também o modo pelo qual ocorre a formação desse tipo de contrato, por fim, foi exposto, de maneira breve, os planos da existência, de validade e de eficácia.

No Capítulo 3, foi apreciado o direito de arrependimento do consumidor, qual a sua natureza jurídica e como esse direito está exposto no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, também foi feito um apontamento quanto ao prazo de reflexão garantido ao consumidor e o dever de informação imposto ao fornecedor.

Por fim, no Capítulo 4, foi apresentado meios para garantir uma melhor aplicação do direito de arrependimento do consumidor nos contratos eletrônicos celebrados a distância. Foi realizado um estudo de como a atualização do Código de Defesa do Consumidor pode reforçar o direito de arrependimento do consumidor, em razão da sua vulnerabilidade na celebração de contratos por meio eletrônico.

1 A EVOLUÇÃO DA PROTEÇÃO JURÍDICA DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

Esta seção é destinada a apresentar os aspectos históricos de formação e nascimento do direito do consumidor como ramo do direito. Visa delimitar como se originou o processo evolutivo da proteção dos direitos daqueles que adquirem produtos e contratam serviços, seja, de início, apresentando como era disposta essa proteção por meio da Constituição, e posteriormente, pela criação do Código de Defesa do Consumidor.

Busca-se uma análise sociojurídica da evolução do direito do consumidor, ou seja, quando esse direito passou a ser protegido pelo Estado, garantindo uma maior segurança jurídica na celebração de contratos de consumo pelo meio eletrônico. Essa proteção é destinada tanto para os fornecedores quanto aos consumidores, mas, principalmente, é destinada ao consumidor, visto que se trata da parte mais vulnerável nessa relação jurídica.

Entretanto, como já se sabe, as relações de consumo remota a tempos antigos, porém, a positivação dessa matéria no âmbito brasileiro como ramo do direito é recente, ademais, a globalização e o desenvolvimento tecnológico de maneira desenfreada resultaram em uma nova forma de contratar, trazendo novos questionamentos e uma maior necessidade de proteção dos direitos dos consumidores.

Como já destacado, na grande maioria dos casos, é necessária uma proteção maior em relação ao consumidor, por ser ele a parte frágil da relação por diversos fatores, quais sejam, menor potencial de renda, pouco conhecimento acerca dos seus direitos e uma maior fragilidade jurídica, uma vez que as grandes empresas possuem uma equipe jurídica especializada para solucionar seus impasses jurídicos, tornando assim, mais dificultoso a proteção de direitos garantidos e protegidos pelo ordenamento jurídico brasileiro.

Entretanto, antes de adentrar especificamente na proteção dos direitos do consumidor, é necessário realizar um pequeno levantamento histórico de como esses direitos surgiram no Brasil e a partir que momento eles foram positivados.

1.1 Considerações históricas acerca do direito do consumidor no Brasil

O início da intervenção do Estado nas relações de consumo no Brasil se deu durante o período de colonização, pois, desde a época do Brasil Colônia têm-se uma preocupação com a população consumerista e com as atrocidades cometidas durante essa época.

Uma das formas de preocupação se manifestou com a revogação de prerrogativas dispostas para a Companhia do Comércio do Brasil sobre as atividades de comércio realizadas perante a costa brasileira, que possuía o monopólio na venda de determinados produtos, a exemplo da venda do vinho, trigo, entre outros, que eram comercializados com preços abusivos, violando, dessa maneira, os tabelamentos de preços instituídos pela Coroa Portuguesa.

No século XX, a intervenção estatal na economia deu-se por meio de questões tarifárias e na exportação de produtos agrícolas como o café. Entretanto, em relações direta de consumo, inexistia interferência, mas apenas, algumas intromissões que beneficiavam de maneira indireta os consumidores.

As primeiras normas de caráter protecionistas surgiram por volta da década de 30, com a instituição da Constituição de 1934, que dispõe sobre uma ordem econômica equilibrada e digna para todos os cidadãos. Ao longo dos anos, outras normas de proteção consumerista foram surgindo, foi criada a Lei de Economia Popular de 1951, a Lei n.º 4.137 de 1962 que tratava da repressão ao abuso do poder econômico, e a Lei da Ação Popular (Lei n.º 4.717/1965).

Porém, foi somente a partir da década 70 que houve, de maneira expressiva, no ordenamento jurídico brasileiro, uma maior proteção aos direitos dos consumidores, época essa em que foi criado os primeiros órgãos destinados a proteger a violação desses direitos.

Foi criada a Associação de Proteção ao Consumidor (APC) em Porto Alegre, a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor (ADOC), o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, o atual PROCON, também foi criado, em nível federal, o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, órgão esse extinto e substituído pelo Departamento Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), atuando por meio de atividades de extrema importância na defesa de direitos individuais, transindividuais, coletivos e difusos.

Ocorre que em relação ao cenário nacional, a intervenção estatal na economia se deu com maior força quando foi positivada de maneira expressa nas Constituições, mais

precisamente, nas Constituições de 1934, 1937, 1946, 1967 e 1988. Dessa maneira, na Constituição vigente (1988), foi inserido, de forma expressa, vários dispositivos destinados a intervenção estatal na economia. Tais dispositivos disciplinam a ordem econômica por meio de princípios e valores que buscam a valorização do trabalho humano e a livre iniciativa, buscando assegurar uma existência digna a todos.

Dentre esses princípios, cita-se o teor do art. 170¹ da Constituição Federal da República de 1988, no qual é definido os princípios e diretrizes que devem nortear a atividade econômica no país. Dentre eles, encontra-se aquele destinado a defesa do consumidor, o qual justifica a intervenção do Estado brasileiro nas operações de consumo, quando este é elevado à categoria de princípio norteador da atividade econômica.

Percebe-se ao longo dos anos, uma crescente preocupação em proteger os direitos daqueles considerados mais vulneráveis na relação consumerista, no qual, o grande ápice desse momento ocorreu quando a defesa do consumidor foi positivada no texto da Constituição de 1988, constituindo um dos princípios da ordem econômica (art. 170) e considerado um direito fundamental (art. 5º, XXXII, CRFB/1988).

1.2 O direito do consumidor como direito fundamental

É pertinente, ainda, relacionar o direito do consumidor em uma perspectiva constitucional de direito fundamental, inserido em um Estado democrático de Direito. Assim, é necessário realizar uma análise acerca da legitimidade da atuação estatal na esfera econômica, relacionando, de maneira mais específica, com os contratos de consumo, por meio de uma análise do desenvolvimento histórico que levou o legislador a concretizar os direitos do consumidor no CDC.

1 “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:

I – soberania nacional;

II – propriedade privada;

III – função social da propriedade;

IV – livre concorrência;

V – defesa do consumidor;

VI – defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

VII – redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII – busca do pleno emprego;

IX – tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.”

A defesa do direito do consumidor como direito fundamental tem fundamento com a posição em que esse direito ocupa no ordenamento jurídico, na Constituição de 1988, encontra-se no art. 5º, XXXII, que dispõe expressamente: “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”². Desse modo, a localização topográfica do direito do consumidor no texto constitucional traz uma posição privilegiada a esse direito, colocando-o a salvo de possíveis reformas pelo poder constituinte. Pela posição superior que ocupa na Constituição, como direito fundamental que deve ser observado pela doutrina constitucional, constitui base axiológica sobre a qual paira o ordenamento jurídico³.

Outro dispositivo que assegura a defesa dos consumidores foi instituído pela Carta dos Direitos da União Europeia, de 7 de setembro de 2000, que consagra, de maneira expressa, no art. 38, que “as políticas da União devem assegurar um elevado nível de defesa dos consumidores”⁴. Desse modo, é interesse destacar que a presente Carta aduz em seu preâmbulo uma necessidade de oferecer maior destaque aos direitos fundamentais, com o intuito de reforçar a sua proteção.

Já referente a proteção dos direitos do consumidor, trata-se de uma espécie de direito de proteção, no qual os titulares do direito o exerçam perante o Estado para que este o proteja da intervenção de terceiros⁵. Podemos sintetizar, então, em um direito de proteção do Estado contra ingerências de terceiros, de maneira que a qualidade de consumidor lhe garanta uma série de direitos, que podem ser oponíveis, em regra, aos entes privados e, de maneira mais suscinta, ao próprio Estado. Essa proteção constitui um dever do Estado que se dá por meio da atividade exercida pelo legislador ordinário.

Ao ser estabelecida proteção especial para aquele com a qualidade de consumidor, o que se busca é uma equalização, por meio do direito, de uma relação que é evidentemente desigual. É perceptível a desigualdade nessa relação no qual os agentes se distinguem, tanto pelo poder econômico quanto pelo conhecimento e domínio técnico que possuem. Porém,

² MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **Curso de direito do consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 46.

³ PERLINGIERI, *Il diritto civile nella legalità costituzionale*. 2. ed. Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane, 1991. p. 192 *et seq.* No mesmo sentido: Heck, Luiz Afonso. Direitos fundamentais e sua influência no direito chil. *Rivista da Faculdade de Direito da UFRGS*, v. 16, p. 112. Porto Alegre: Síntese, 1999.

⁴ UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspectos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrônico, no mercado interno (“Diretiva sobre comércio eletrônico”). Disponível em: <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:178:0001:0001:PT:PDF>>. Acesso em: 09 ago. 2022.

⁵ ALEXY, Robert. **Teoria de los derechos fundamentales**. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1997. p. 435.

questiona-se o estabelecimento desses direitos com a noção de igualdade, visto que é atribuído a uma determinada classe uma série de direitos em relação a outra. Sobretudo, na ideia de liberdade para contratar entre iguais, fazendo surgir a força obrigatória dos pactos contraídos por aqueles que são livres (*pacta sunt servanda*), de modo que, por um longo período, a única forma de excluir-se da vinculação contraída por esse contrato seria a alegação de vícios de consentimento. Mas, na verdade, temos uma construção abstrata de igualdade jurídica, que é manifestada com o instituto do contrato, e que não guarda relação com a situação fática concreta.

Nesse diapasão, é possível justificar que a não há violação do direito de igualdade ao ser estabelecido direitos de proteção ao consumidor. Propõe-se a distinção entre a igualdade jurídica e a igualdade de fato, de modo que essa distinção é a justificativa para os chamados direitos de proteção⁶. Também pode-se levar em consideração a clássica fórmula aristotélica sobre a igualdade, no qual, deve-se dar tratamento igual aos iguais e desigual aos desiguais na medida da sua desigualdade. Fazendo uma analogia a relação consumerista, a desigualdade fática é que irá legitimar o tratamento jurídico diferenciado levando em consideração a desigualdade real existente.

Outro ponto que deve ser esclarecido é a necessidade de confirmar se os direitos do consumidor constituem um direito subjetivo como natural do ser humano, no sentido atribuído a este conceito pela doutrina jurídica. Os direitos humanos são dispostos de maneira histórica ao longo de diversos dispositivos, sendo um deles a Declaração Universal dos Direitos Humanos e do Cidadão, de 1789, e em relação ao século XX, tem-se a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948. Esse aspecto de direitos humanos leva a concepção de que os direitos dos consumidores são de titularidade da pessoa humana.

O principal argumento que dá legitimidade aos direitos fundamentais e legitima o seu sistema de proteção é justamente o princípio da dignidade da pessoa humana. A dignidade humana confere legitimidade a uma determinada ordem constitucional, de maneira que guardam relação com esses princípios todos os direitos e garantias estabelecidos no ordenamento jurídico.⁷

O princípio da dignidade da pessoa humana, nesse sentido, serve como critério de legitimidade dos direitos sociais, econômicos e culturais previstos na Constituição.

⁶ CANOTILHO, J.J Gomes. **Direito constitucional e teoria da constituição**. 2. ed. Lisboa: Almedina, 1998. p. 1.157.

⁷ SARLET, Ingo Wolfgang. **Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001. p. 79.

Principalmente por reconhecer a pessoa humana como valor-fonte do direito, levando em consideração toda a dimensão histórica da pessoa humana.

Surge assim um novo sujeito de direito, o consumidor, que possui o reconhecimento de uma posição jurídica na relação de consumo, sendo reconhecido a proteção da parte mais frágil da relação contratual de consumo. Não podemos negar que todos nós somos, em determinado momento, consumidores. Desse modo, denota grande sentido a caracterização dos direitos do consumidor como direitos humanos, na verdade, revela uma necessidade humana essencial, que é a necessidade de consumir.

A definição legal de consumidor no direito brasileiro, abrange, conforme art. 2º do Código de Defesa do Consumidor, “toda pessoa jurídica que adquire produto ou serviço como destinatário final”⁸. Ponto interessante que merece observação é o de considerar como titular desse direito uma pessoa jurídica. Do ponto de vista lógico-jurídico não faz muito sentido, mas não podemos esquecer que a pessoa jurídica se compõe de pessoas naturais, sendo assim, “a eficácia dos direitos fundamentais abrange igualmente a proteção de interesses e direitos de seus sócios e administradores e mesmo da própria pessoa jurídica enquanto projeção daqueles”⁹.

A proteção do consumidor é destinada a um bem jurídico supraindividual, que está integrado tanto pelo consumidor individual quanto pela coletividade de consumidores, sendo este um direito fundamental de todo cidadão.

A definição jurídica de consumidor também é de fundamental importância para a precisão de sua subordinação econômica em relação ao fornecedor. Nesse sentido:

As normas de tutela dos direitos dos consumidores nos contratos de consumo, ao definirem seu âmbito de aplicação, fazem referência tanto à necessidade de que os contratos sejam celebrados entre profissionais e não profissionais (opção francesa) quanto da existência de um dos sujeitos com a finalidade de obtenção de lucro (opção belga)¹⁰.

O consumidor é identificado pela ordem constitucional em posição de subordinação estrutural em relação àquele que produz o bem, produto ou serviço¹¹. Entretanto, há aqueles

⁸ BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 10 out. 2022.

⁹ Assim: GÓMEZ MONTORO, Angél. La titularidad de derechos fundamentales por personas jurídicas: un intento de fundamentación. **Revista española de derecho constitucional**, n. 65. Madrid, 2002. p. 49-105.

¹⁰ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

¹¹ GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. Interpretação e crítica. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 1997. p. 260.

que sustentam a ideia de que a proteção do direito do consumidor não se restringirá apenas ao vulnerável, ao mais fraco na relação de consumo, mas sim, a toda pessoa física ou jurídica que é a destinatária final de um produto ou serviço.

Portanto, o direito do consumidor, enquanto direito fundamental, é justificado por meio de uma situação de desigualdade, no qual as normas de proteção do consumidor irão realizar uma equalização das condições, com uma linha de entendimento que disciplinou o direito europeu por meio do art. 38 da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, no qual aduz que as políticas da União devem assegurar um nível de proteção aos direitos dos consumidores.

Encontra-se também disposto no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), o mandamento para que o legislador brasileiro estabelecesse um Código de Defesa e Proteção do Consumidor, o que foi efetivado em 1990. Trata-se da Lei n.º 8.078 de 1990, aqui chamado de Código de Defesa do Consumidor.

Em tese, o direito do consumidor trata-se do conjunto de normas e princípios que visam cumprir determinado tripé constitucional, quais sejam, o de promover a defesa dos consumidores; o de assegurar o princípio da atividade econômica, conforme disposto na Constituição e; sistematizar a proteção da matéria por meio de tutela especial infraconstitucional, por meio de um Código.

Essa proteção determina que o Estado-juiz, Estado-Executivo e Estado-Legislativo realizem de maneira positiva a defesa dos interesses dos consumidores. Tratando-se de um direito fundamental a uma prestação positiva do Estado, por todos os seus poderes, ou seja, uma atuação positiva e protetiva do Estado em favor dos consumidores na proteção dos seus direitos.

Desse modo, por se tratar de um direito fundamental, é um direito subjetivo que deve ser reclamado e efetivado pelo sujeito de direito, no caso, o consumidor, seja contra o Estado, seja nas relações privadas. Em outras palavras, o direito fundamental deve ser respeitado, seja de acordo com a proteção garantida constitucionalmente, seja pela proteção infraconstitucional garantida pelo CDC, devendo ser respeitado o princípio da dignidade da pessoa humana.

Ademais, não podemos deixar de levar em consideração os avanços da sociedade industrial no Brasil, no qual é necessário reclamar por um novo sistema de valores que deve ser reconhecido e abarcado pela Constituição, que passará a dispor de dispositivos e diretrizes

que irá refletir as exigências demandadas pelo capitalismo da era moderna e da sociedade consumerista.

A Constituição democrática de 1988 recebeu essa ideia de que não haverá uma República sustentável caso não se atente a realidade e deixe de satisfazer as necessidades cotidianas, a exemplo de maior existência de direitos e liberdades da pessoa humana. Dentre esses direitos, está aqueles exercidos pelo cidadão consumidor, pois, ao longo do tempo, a nossa população acabou sofisticando o consumo. Sendo destinado a esse período de grandes transformações a oportunidade de inserir de maneira firme linhas básicas para a proteção do consumidor, bem como, estabelecer instrumentos que garantam a defesa desse direito, permitindo o aprimoramento da atividade econômica.

Atualmente, no Brasil, a proteção do consumidor é um valor constitucionalmente fundamental, é um direito fundamental e princípio da ordem econômica, conforme mencionado no art. 170 e art. 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988, trata-se também de princípio limitador da autonomia da vontade dos fortes em relação aos mais vulneráveis, que resultou na criação de um novo direito privado, mais consciente e destinado a uma função social.

Com o advento do Código de Defesa do Consumidor percebe-se hoje uma grande influência direta exercida pela Constituição na nova ordem pública por ela imposta, pois, anteriormente, muitas relações particulares eram deixadas a livres vontades das partes, assim, se obtêm uma nova relevância jurídica e conseqüentemente um maior controle estatal, que é chamado de “publicização do direito privado”. Esse crescimento da intervenção do Estado na atividade econômica dos particulares e nas relações de consumo demonstra o domínio de ordem pública constitucional nas relações privadas.

Após a proteção dos direitos do consumidor ser elevada a status constitucional, sendo positivada na Constituição, sobreveio a ela a criação de um Código específico destinado a regular as relações de consumo, instituindo direitos e deveres.

1.3 O advento do código de defesa do consumidor

O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, conhecido como CDC, foi instituído pela Lei n.º 8.078/1990, caracterizada como norma de proteção dos mais vulneráveis. Sua criação se originou através da determinação constante no art. 48 das

Disposições Finais e Transitórias da Constituição Federal de 1988, no qual foi disposto a necessidade de elaboração de um Código do Consumidor, no prazo de cento e vinte dias.

Sendo assim, formou-se uma comissão para a elaboração do anteprojeto de lei, composta por Ada Pellegrini Grinover, Daniel Roberto Fink, José Geraldo Brito Filomeno, Kazuo Watanabe Zelmo Denari. Além dos citados, a elaboração do projeto contou com a colaboração de Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin, Eliana Cáceres, Marcelo Gomes Sodré, Mariângela Sarrubo, Nelson Nery Jr. e Régi Rodrigues Bonvicino¹².

O Código de Defesa do Consumidor trata-se de norma adaptada à realidade contemporânea da pós-modernidade jurídica. A pós-modernidade jurídica é uma forma de caracterizar o rompimento com os dogmas instituídos ao longo dos tempos, quebra que ocorreu no final do século XX. Para ser mais preciso, no ano de 1968, momento esse em que ocorreram diversas manifestações em prol de valores sociais. Essas manifestações levaram a preocupação na defesa de direitos com a criação de leis contemporâneas preocupadas com determinados valores sociais, o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor é um desses casos¹³.

Para Eduardo Bianca Bittar, a modernidade:

O estado reflexivo da sociedade ante as suas próprias mazelas, capaz de gerar um revisionismo completo de seu *modus actuandi et faciendi*, especialmente considerada a condição de superação do modelo moderno de organização da vida e da sociedade. Nem só de superação se entende viver a pós-modernidade, pois o revisionismo crítico importa em praticar a escavação dos erros do passado para a preparação de novas condições de vida. A pós-modernidade é menos um estado de coisas, exatamente porque ela é uma condição processante de um amadurecimento social, político, econômico e cultural, que haverá de alargar-se por muitas décadas até a sua consolidação. Ela não encerra a modernidade, pois, em verdade, inaugura sua mescla com os restos da modernidade¹⁴.

Percebe-se que a pós-modernidade representa uma superação parcial e não total da modernidade, de modo que é preciso realizar uma revisão de conceitos e não romper com eles totalmente. A base estrutural é mantida, mas as categorias são remodeladas, refeitas, e isso vem ocorrendo com o Direito, a partir de um novo modelamento dimensionando antigas construções.

¹² BITTAR, Eduardo C. B. **O direito na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. p. 97-100.

¹³ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito materiale processual**. 7. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: MÉTODO, 2018. v. Volume Único. p. 22.

¹⁴ BITTAR, Eduardo C. B. **O direito na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. p. 108.

Quanto ao Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, trata-se de típica *norma pós-moderna*, devido ao fato de rever os conceitos antigos estabelecidos pelo Direito Privado, a exemplo do contrato, da responsabilidade civil.

Essa pós-modernidade pode ser identificada por meio de vários fatores. De início, podemos citar a globalização, a partir de um padrão geral de comportamento para todas as pessoas. Fala-se hoje, inclusive, em linguagem global, em mercado uno, e até em Direito unificado, no qual, no CDC brasileiro, essa preocupação com um padrão mais unificado, global, se mostra evidente no seu art. 7º¹⁵, que admite a aplicação de fontes do Direito Comparado, caso dos tratados e convenções internacionais. Sendo que os direitos previstos no CDC não excluem a incidência de outros direitos previstos em convenções e tratados no qual o Brasil é signatário.

Com essa unidade mundial, os Estados deixam de ser os centros de poder e da proteção dos cidadãos, cedendo espaço para os mercados. Sendo que as regras de concorrência acabariam de ditar os comportamentos dos seres humanos. Nesse contexto, surge a proteção dos direitos dos consumidores, visto que existe grande fator de proteção de mercado.

Outro ponto que merece atenção é a abundância de sujeitos e direitos, ou seja, uma série de fatores que influenciam as relações jurídicas e a criação de leis. O que se percebe é uma crescente criação de normas jurídicas, no caso brasileiro, tem-se mais de 40 mil leis, o que acaba dificultando o aplicador do Direito a respeito de sua incidência. Inclusive, tal dúvida paira em relação aos consumidores, pois, em muitas situações, há uma real dúvida de qual lei deve ser aplicada ao caso concreto.

O pluralismo pode ser identificado como a valorização de direitos humanos e das liberdades, ocasionando diversas preocupações legais a respeito da proteção daqueles mais vulneráveis. Além de proteger os sujeitos as normas também se destinam a tutelar valores que estão à disposição da pessoa humana para que exerça com qualidade a sua convivência em sociedade.

Nesse momento, é importante notar a importância da posição desses direitos fundamentais, visto que em situações de conflito de direitos, estes podem ser resolvidos a

¹⁵ Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

partir da interpretação da Norma Constitucional. Atualmente, muita das situações envolvendo os contratos de consumo superam uma visão que se tinha antigamente. Essa situação pode muito bem ser evidenciada por meio de contratos realizados pela internet, contratos de consumo de produtos em que a cadeia logística se encontra em uma pluralidade de países, tornando muito complexa as relações consumeristas.

Com o advento do Código de Defesa do Consumidor é necessário analisar de que modo esse Código se relaciona com as demais normas no ordenamento jurídico, com o intuito de evitar conflitos e para que possa atuar de maneira complementar as demais normas, buscando sempre aplicar aquela que seja mais favorável a parte mais vulnerável da relação de consumo.

1.4 A teoria do diálogo das fontes e o código de defesa do consumidor

É de fundamental importância para entendermos a aplicação do Código de Defesa do Consumidor realizar uma análise a respeito da sua interação com as demais normas do direito brasileiro, mais precisamente, em relação ao atual Código Civil.

Na vigência do Código Civil de 1916 tinha-se a ideia de que o Código de Defesa do Consumidor se equivalia a um microsistema jurídico autossuficiente e autoaplicável, totalmente autônomo em relação as demais normas. Devido a esse pensamento, caso houvesse um problema de consumidor, deveria ser aplicado o Código de Defesa do Consumidor e não o Código Civil. De outra banda, não se pode negar que estaríamos presentes de uma relação civil, devendo haver incidência do Código Civil e não do CDC.

Porém, esse entendimento foi superado com o advento do Código Civil de 2002 e a teoria do diálogo das fontes. Essa teoria foi criada por Erik Jayme e trazida para o Brasil pela doutrinadora Cláudia Lima Marques. Em síntese, a teoria afirma que as normas não se excluem entre si, na verdade, se complementam. Essa teoria foi aplicada justamente na relação entre o CDC e o CC/2002 em matérias como a responsabilidade civil e o direito contratual.

Mais uma vez, podemos citar o art. 7º do CDC como base para adotar um modelo de integração entre legislações, no qual, respeitando o disposto no referido artigo, os direitos previstos no CDC não excluirão outros direitos decorrentes de convenções, tratados, princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade. Nessa situação é perfeitamente

entendível que é possível a aplicação da lei mais favorável ao consumidor, mesmo que essa lei se encontre fora do CDC, podendo o aplicador do Direito escolher especificamente esse dispositivo.

Ademais, reconhece o Enunciado n.º 1 do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON), no qual as normas e negócios jurídicos devem ser interpretados e integrados da maneira que seja mais favorável ao consumidor. O que se busca é uma coordenação entre leis que fazem parte do mesmo ordenamento jurídico.

Quanto a aplicação de normas concomitantes, as influências recíprocas discutem a aplicação de duas ou mais normas concomitantemente em um mesmo caso concreto, de forma complementar e subsidiária. No qual busca-se chegar a uma solução flexível, de interpretação e análise, no sistema, daquela norma que seja mais favorável para a parte mais vulnerável, o uso da expressão “diálogo das fontes” é uma tentativa de aplicação coerente das leis no direito privado, que fazem parte do mesmo sistema jurídico¹⁶. É a chamada “coerência derivada ou restaurada” que busca não só uma eficiência hierárquica, mas também uma eficácia funcional de todo o sistema plural e complexo do direito contemporâneo, evitando incompatibilidades dentro do sistema.

É cabível observar certa aproximação nas relações obrigacionais entre o CDC e o CC/2002, no que se refere aos contratos. Essa aproximação de princípios se deu devido aos princípios sociais contratuais presentes no CDC que foram transpostos para a codificação privada, sendo esses princípios: princípio da autonomia privada, da boa-fé objetiva e da função social dos contratos. Tanto é que na III Jornada de Direito Civil, aprovou-se o Enunciado n.º 167, que “Com o advento do Código Civil de 2002, houve forte aproximação principiológica entre esse Código e o Código de Defesa do Consumidor, no que respeita à regulação contratual, uma vez que ambos são incorporadores de uma nova teoria geral dos contratos”¹⁷.

Sendo assim, o Código Civil de 2002, também atua na tutela efetiva dos direitos dos consumidores, superando a ideia de que o CDC seria um microsistema jurídico totalmente independente e isolado do CC/02. Porém, cabe esclarecer que o Código Consumerista não possui um papel central no Direito Privado, como ocorre com o Código Civil Brasileiro. Uma

¹⁶ BEIJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 125-128.

¹⁷FEDERAL, Conselho da justiça. **Enunciado VI. Jornada de Direito Civil**. Disponível em: <<https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/295>>. Acesso em: 30 out. 2022.

vez que conceitos fundamentais estão dispostos na codificação privada e não na Lei Consumerista.

A partir da teoria do diálogo das fontes é possível extrair três explicações: a primeira, havendo aplicação simultânea de duas leis, se uma servir como base conceitual para a outra, estará presente um sistema de coerência; a segunda, no caso de aplicação coordenada de duas leis, uma norma pode servir de complemento para a outra, de forma direta ou indireta e; a terceira, influência recíprocas estão presentes quando conceitos estruturais de uma lei sofre ingerência da outra ¹⁸.

A aplicação da teoria do diálogo das fontes também se encontra na Súmula n.º 547 do STJ, de 2015, na qual:

Nas ações em que se pleiteia o ressarcimento dos valores pagos a título de participação financeira do consumidor no custeio de construção de rede elétrica, o prazo prescricional é de vinte anos na vigência do Código Civil de 1916. Na vigência do Código Civil de 2002, o prazo é de cinco anos se houver previsão contratual de ressarcimento e de três anos na ausência de cláusula nesse sentido, observada a regra de transição disciplinada em seu art. 2.028¹⁹.

A aplicação dessa teoria se resguarda no fato de aplicação de prazos que não estão dispostos no CDC, ante a ausência de normas, mas previstos no Código Civil. Como exposto, é evidente que a teoria do diálogo das fontes é uma realidade sedimentada do Direito do Consumidor no Brasil. É de utilidade, inclusive, para a solução de antinomias jurídicas.

¹⁸ BEIJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 125-128.

¹⁹BRASIL, Supremo Tribunal de Justiça. **Súmula n.º 547**. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/docs_internet/revista/electronica/stj-revista-sumulas-2017_45_capSumulas547-551.pdf>. Acesso em: 30 out. 2022.

2 OS CONTRATOS A DISTÂNCIA NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

No momento em que os estabelecimentos comerciais passaram a utilizar a internet para desenvolver as suas atividades, tornou-se real a possibilidade de negociar por esse meio, seja na relação entre empresas, quanto na relação entre empresas e consumidores.

O contrato a distância realizados por meio do comércio eletrônico relacionam-se mais diretamente ao método do contrato do que quanto ao seu conteúdo, uma vez que esse permanece intacto, já que as cláusulas, nos contratos de adesão, determinadas pelo fornecedor, serão as mesmas sendo o contrato celebrado por meio eletrônico ou não.

O ponto em questão, que trouxe novidade no ordenamento jurídico, é a presença do meio eletrônico para a celebração desses contratos, pois todas essas operações já existiam anteriormente²⁰. Novo é a utilização desse meio para contratar, visto que o conteúdo dos contratos permanecerá sendo elaborado de maneira unilateral pelos fornecedores, sem a possibilidade de que o consumidor possa modificar, questionar ou discutir as cláusulas presentes no contrato.

A distância do consumidor em relação ao fornecedor nesse tipo de contrato o acaba colocando em uma posição de maior vulnerabilidade e em razão disso acaba sendo afetado as garantias e direitos dos consumidores. Algumas características que evidenciam essa vulnerabilidade do consumidor em relação ao contratante são a dificuldade de observar efetivamente o objeto do contrato, a dificuldade em identificar o fornecedor do produto ou do serviço, a dificuldade imposta pelo meio de contratação, a segurança em relação a conveniência da celebração do contrato. Todas essas características podem influenciar na reflexão do consumidor no momento de celebração do contrato de consumo pelo meio eletrônico²¹.

O Direito precisa se adequar a esses avanços tecnológicos que acabam influenciando na maneira e no modo de contratação a distância, pois alguns dos mecanismos mais tradicionais para celebrar os contratos acabam sendo postos de lado, a exemplo das assinaturas feitas a mão no final de um documento impresso.

²⁰ BAPTISTA, Luiz Olavo. Comércio eletrônico: uma visão do direito brasileiro. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo**, São Paulo, n. 94, p. 94, jan./dez. 1999.

²¹ ROCHA, Roberto Silva da. Natureza jurídica dos contratos celebrados com sites de intermediação no comércio eletrônico. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 16, n. 61, p. 231, jan./mar. 2007.

A contratação fora do estabelecimento comercial é definida como aquela venda “em que o vendedor se dirige à residência do consumidor (venda em domicílio) ou ao seu local de trabalho, as contratações por telefone e internet”²². Conforme exposto, fica evidente que é inserido dentro desse conceito aquelas contratações realizadas pela internet e fora do estabelecimento comercial.

Esse contrato pode assumir duas modalidades principais. A primeira, como sendo uma prestação capaz de ser consumida por meio de multimídia diretamente pela internet. A segunda, como sendo a aquisição de bens e serviços que serão executados ou entregues por outro meio, não podendo ser usufruído diretamente pela internet²³.

Geralmente, qualquer produto ou prestação de serviços pode ser objeto nos contratos realizados a distância, salvo as limitações impostas a ordem pública, aos bons costumes e as coisas fora do comércio. Desse modo, para realizar a análise dos contratos a distância realizados no comércio eletrônico é necessário abordar determinados aspectos característicos desses contratos que estão relacionados com a proteção do consumidor.

2.1 O contrato eletrônico e a proteção do consumidor

É necessário, de início, antes de realizar o estudo dos contratos a distância propriamente dito, efetuar uma conceituação acerca de alguns pontos, como a de negócio jurídico, contratos de adesão e relação contratual, com enfoque especial na manifestação da vontade.

O negócio jurídico pode ser conceituado como “[...] a manifestação de vontade destinada à criação, à modificação ou à extinção de relações jurídicas”²⁴. O exemplo mais claro que temos de negócio jurídico é o contrato, trata-se da fonte geral das obrigações, sempre que alguém se obriga perante outra, que aceita, gera uma vinculação, caso esteja presente os pressupostos legais para a formação do contrato.

²² BESSA, Leonardo Roscoe. Proteção contratual. In: BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 367.

²³ MARTINS, Guilherme Magalhães. Boa-fé e contratos eletrônicos via Internet. In: TEPEDINO, Gustavo (Coord.). **Problemas de direito civil-constitucional**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000. p. 139.

²⁴ AMARAL NETO, Francisco dos Santos. **Direito civil**: introdução. 7. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 383.

O modelo tradicional da teoria clássica define o contrato como o acordo de vontade entre as partes que resulta de uma discussão entre os contratantes que são considerados igualmente livres²⁵. Desse modo, ambas as partes, por se encontrarem em uma situação de igualdade, possuem a possibilidade de ditar cláusulas contratuais, sendo aplicado, depois que firmado o acordo, todas as consequências advindas da celebração do contrato, fruto da autonomia de vontade dos contratantes que se encontram em pé de igualdade. Ocorre a manifestação de vontade de duas partes ou mais, com interesses distintos, mas que, para alcançarem um resultado unitário, se ajustam reciprocamente.

Já referente a definição de contrato, trata-se de

[...] um negócio bilateral, isto é, para que exista um contrato é necessário, por regra, que existam pelo menos duas partes, e que cada uma delas exprima a sua vontade de sujeitar-se àquele determinado regulamento das recíprocas relações patrimoniais, que resulta do conjunto das cláusulas contratuais. É necessário, em concreto, que uma parte proponha aquele determinado regulamento, e que a outra parte aceite. O contrato forma-se precisamente quando essa *proposta* e essa *aceitação* se encontram, dando lugar àquilo que se chama o *consenso* contratual. Só nesta condição o regulamento se torna vinculativo para as partes e cria direitos e obrigações: vendedor e comprador devem ambos declara querer vender, e respectivamente comprar, tal coisa por tal preço; de contrário não se forma nenhum contrato de compra e venda, ninguém adquire a propriedade da coisa, ninguém se torna credor do preço²⁶.

Celebrado o contrato, alguns princípios devem ser respeitados para que a relação contratual ocorra da melhor maneira possível, um desses princípios é o da autonomia da vontade. Esses princípios servem como forma de garantir a estabilidade, segurança e liberdade nas relações jurídicas, atua também como forma de garantir justiça. Porém, houve uma profunda transformação nos princípios que regem os contratos devido a evolução socioeconômica que passou a sociedade, mais precisamente no século XX, como evidenciado em capítulo anterior, essas transformações têm como base a adequação de princípios a nova realidade ocasionada por grandes transformações.

Anteriormente, no século XX, dava-se forte importância à vontade declarada, sendo que, atualmente, tende-se a analisar a manifestação de vontade declarada pela parte mais vulnerável da relação, e não simplesmente a declaração de vontade emitida²⁷. Assim, somente

²⁵ AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. O princípio da igualdade e o direito das obrigações. In: TEPEDINO, Gustavo; FACHIN, Luiz Edson (Coord.). **O direito e o tempo**: embates jurídicos e utopias contemporâneas. Estudos em homenagem ao Professor Ricardo Pereira Lira. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 533.

²⁶ ROPPO, Enzo. **O contrato**. Tradução de Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. Coimbra: Almedina, 2009. p. 73.

²⁷ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 742-743.

a vontade racional, expressada de maneira livre é que deve ser aquela que possui o poder de legitimar e determinar a formação do contrato, trazendo com ele, todos os efeitos aplicáveis.

O consumo de maneira desenfreada acabou alterando o processo de formalização dos negócios jurídicos. Os contratos não permaneceram indiferentes a essas modificações. Na celebração de contratos de consumo, é necessário realizar uma análise no comportamento negocial do fornecedor, pois é esse comportamento que irá determinar a formação do vínculo e a estipulação de obrigações a que será vinculado o consumidor. É realizado o controle de liberdade do mais forte em relação ao mais fraco, levando em consideração os princípios da boa-fé contratual e da proteção da confiança²⁸.

Para que ocorra o bom funcionamento das relações no mercado é necessário transparência informativa. O equilíbrio contratual, na sociedade de consumo, deve ser legitimado pelo Código de Defesa do Consumidor, que irá valorizar a confiança despertada no consumidor.

Já referindo-se ao contrato de adesão, previsto em dois artigos no Código Civil de 2002, o art. 423 e o 424, na parte em que são definidas as disposições gerais contratuais, os artigos mencionados devem ser interpretados em conjunto com os arts. 46, 47 e o art. 51, inc. I, do Código de Defesa do Consumidor, sempre que for celebrado um contrato de adesão entre consumidor e fornecedor²⁹.

Para realizar a análise dos contratos eletrônicos celebrados a distância é necessário efetuar pontuais levantamentos acerca das características da internet e sobre o comércio eletrônico, para então, analisarmos os contratos no plano da existência, validade e eficácia.

2.2 Características da internet

A internet possui papel fundamental na sociedade atual, visto que resultou em um processo de evolução tecnológica promovido pelo desenvolvimento da humanidade e das suas tecnologias, que acabam resultando em novas situações fáticas e jurídicas. Esse

²⁸ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 743.

²⁹ HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes Novaes; TARTUCE, Flávio. O princípio da autonomia privada e o direito contratual brasileiro. In: _____ (Coord.). **Direito contratual**: temas atuais. São Paulo: Método, 2007. p. 70.

desenvolvimento fez surgir a rede mundial de computadores que estão interligados por meio da internet.

Dentre as principais características da internet, podemos citar o seu baixo custo e a ligação em tempo real, ou seja, uma ligação constante com o estabelecimento empresarial com uma troca de dados constante e velozmente atualizada em uma fração de segundos³⁰.

A internet é responsável pela globalização da informação, sendo a maior rede internacional de computadores utilizadas por inúmeros países. Essa rede traz uma noção de conexão mundial e mundo totalmente interligado.

Mais uma de suas características é a ausência de órgão regulador ou de controle especializado. Sendo assim, qualquer pessoa que tenha acesso a um meio capaz de ingressar na rede mundial de computadores pode comunicar-se e trocar informações pela rede, a única necessidade atualmente é que se deve pagar pela prestação do serviço de acesso à internet. Mas, talvez, em um tempo não muito distante, esse acesso pode ser tornar totalmente gratuito para todos.

Essa característica inerente ao seu acesso acaba facilitando a obtenção de diversas informações por um baixo custo. Por outro lado, acaba dificultando na identificação do usuário do computador, na falta de instrumentos que realize com segurança a identificação pessoal daquele que acessa a internet, é difícil de imputar a ela uma declaração de vontade legítima.

Através de anúncios pagos, páginas de internet, e diversos outros meios, as empresas conseguem captar diversos clientes ao redor do mundo, visto que as suas informações, sites do estabelecimento comercial, permanecem na rede vinte e quatro horas por dia, com livre e fácil acesso por qualquer pessoa que esteja interessada na aquisição de seu produto ou serviço.

As pessoas quando utilizam a internet inserem seus dados e informações, de maneira direta ou indireta, e esses dados estão disponíveis na rede por meios digitais e eletrônicos. E por se tratar de um canal mundial e globalizado de informações, é possível que contratos sejam celebrados por meios das mais diversas formas³¹.

Por estar totalmente interligada e capaz de atualizar-se rapidamente em uma questão de segundos, não é difícil para o usuário comum obter qualquer informação, enquanto isso, o

³⁰ ROHRMANN, Carlos Alberto. Perspectivas do mercado de valores mobiliários em face dos desenvolvimentos da informática. **Revista da Faculdade de Direito Milton Campos**, Belo Horizonte, n. 5, p. 93, 1998.

³¹ DAVIES, Lars. Contract Formation on the Internet: Shattering a few myths. In: EDWARDS, L.; WAELDE, Charlotte. **Law & The Internet**. Oxford: Hart Publishing, 1997. p. 101.

fornecedor, produz uma quantidade de bens que julga ser necessária, distribuindo da forma que lhe convém, representando a pressão realizada por esse meio.

Desse modo, não é a demanda que irá determinar a produção do fornecedor, mas sim, o contrário, o que se vê atualmente é que o fornecedor oferece uma infinidade dos mais variados bens e produtos, criando no consumidor uma necessidade que ele antes não possuía. Surge uma necessidade de estar sempre adquirindo bens ao longo do tempo, com o intervalo de compra cada vez menor, e com uma frequência maior do que aquela realizada normalmente por meio de lojas físicas³².

O fornecedor de produtos e serviços utiliza-se de diversas estratégias para potencializar os seus ganhos, técnicas que são aprimoradas constantemente sempre priorizando os seus ganhos em cima da sociedade que se torna cada vez mais consumerista. Assim, nasce a vulnerabilidade do consumidor, pois ele não consegue controlar a oferta de bens e serviços que são ofertados a ele de maneira excessiva. Basicamente, ao final, não é o consumidor o real responsável por aquilo que consome, mas sim o fornecedor que determina o que vai ser posto à disposição do consumidor, criando uma situação de necessidade de consumo que não é controlada pelos consumidores.

O ato de consumir praticado pelo consumidor começa antes mesmo do lançamento de qualquer produto ou serviço, pois, antes mesmo disso acontecer, o fornecedor por meio de “estudos psicológicos e de *marketing*, coloca o produto ou o serviço no mercado de consumo, acompanhado de uma campanha publicitária objetivamente voltada para induzir o agente vulnerável da relação a consumir”³³.

Com a proliferação dos meios de comunicação pela internet, faz-se necessário realizar o estudo das relações contratuais ocorridas a distância e pelo meio eletrônico, bem como das consequências para o Direito do resultado dessa nova forma de interagir e contratar.

Como já exposto, a formação do contrato depende o mútuo consentimento das partes, feita por meio de declaração de vontade, para que ambos, mesmo com interesses distintos, alcancem um resultado comum. Porém, o capitalismo moderno impôs a produção em massa, adotando contratos de adesão que, para sua formalização não mais precisam das palavras, de

³² VIO, Daniel de Ávila. O poder econômico e a obsolescência programada de produtos. **Revista de Direito Mercantil**: industrial, econômico e financeiro, ano 43, n. 133, p. 193, jan./mar. 2004.

³³ ALENCAR, Winston Neil Bezerra de. O direito de arrependimento no Código de Defesa do Consumidor. In: MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Direito do consumidor**: vulnerabilidade do consumidor e modelos de proteção: proteção constitucional do consumidor, princípio da vulnerabilidade, superendividamento do consumidor, ... São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. v. 2, p. 1072.

forma que a adesão e o consentimento não são considerados totalmente livre. O que vemos, equivale a uma espécie de procedimento mecânico de repetição, sem personalidade, que é utilizado em larga escala nos contratos de adesão celebrados a distância pela internet.

Cabe agora, reservar determinado espaço para que seja discutido os planos da existência, validade e eficácia desses contratos.

2.3 Existência, validade e eficácia dos contratos.

O Código Civil acolhe expressamente o negócio jurídico como sendo uma “categoria geral compreensiva das declarações de vontade destinadas à criação, modificação e extinção das relações jurídicas”³⁴. Sabe-se que por meio do negócio jurídico ocorre a manifestação da autonomia da vontade, sendo o contrato a sua principal forma de manifestação. Maneira mais precisa para que seja feita a compreensão da formação dos contratos a distância é a análise dos planos do negócio jurídico.

Sendo o “elemento do negócio jurídico tudo aquilo que lhe dá existência no campo do direito”³⁵, assim, os elementos do negócio jurídico podem ser classificados de acordo com o seu grau de abstração, em elementos gerais, categoriais e particulares. As características dos seus elementos estruturais são divididas em: elementos gerais, elementos categoriais e elementos particulares.

Os elementos gerais são aqueles próprios de qualquer negócio jurídico e que sem ele nenhum negócio jurídico existe. Dividindo-se em: intrínsecos ou constitutivos, que são a forma que a declaração de vontade toma, o objeto do negócio jurídico e as circunstâncias negociais.

Os elementos categoriais são aqueles que não resultam da vontade das partes, mas sim da ordem jurídica, divididos em: inderrogáveis ou essenciais e derogáveis ou naturais. O primeiro tipo irá definir o tipo de negócio e o segundo decorre da sua natureza, não sendo essencial para a sua estrutura.

³⁴ AMARAL NETO, Francisco dos Santos. **Direito civil**: introdução. 7. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 384.

³⁵ AZEVEDO, Antônio Junqueira de. **Negócio jurídico**: existência, validade e eficácia. 4. ed. atual. de acordo com o novo Código Civil. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 39.

Por fim, os elementos particulares, são aqueles determinados pelas partes e existem em um negócio jurídico concreto, sem serem próprios de todos os negócios jurídicos ou de tipos específicos, visto que são voluntários, pois decorrem da determinação das partes.

Feita a análise dos elementos de existência do negócio jurídico, faz-se necessário observar os requisitos para a sua validade, para, ao final, observar os elementos de sua eficácia. Porém, deve-se observar as peculiaridades constantes nos contratos realizados por meio eletrônico em relação a manifestação da vontade do agente.

A validade do negócio jurídico, segundo o Código Civil, determina que os seus elementos tenham requisitos ou atributos e qualidade que a lei delimitar, conforme teor do art. 104³⁶ do CC. A declaração de vontade deve ser emitida por um agente capaz, devendo o objeto ser lícito, possível, determinado ou determinável e sua forma deve ser conforme a lei.

O Código estabelece algumas exigências para que o negócio jurídico entre no mundo jurídico, de modo totalmente regular e apto a produzir efeitos. Cumprindo essas exigências, significa que o negócio está em conformidade com as regras jurídicas, tornando-se “válido”. Seus requisitos são aqueles que a lei exige, então, se negócio jurídico requer uma declaração de vontade, temos que essa manifestação deve ser volitiva, resultado de plena consciência da realidade e escolhida com liberdade. Podendo ser manifestada de maneira expressa ou tácita, de acordo com o que dispõe o art. 111 do Código Civil. Essa manifestação deve ser perfeita, no sentido de que não possua elementos invalidantes.

Outro ponto é em relação ao objeto, que deve ser lícito e não atentar contra a lei, a moral e os bons costumes. Deve ser possível, no qual a impossibilidade pode ser física ou jurídica. A física é aquela resultante de leis naturais, a jurídica ocorre quando há a proibição do objeto pelo ordenamento jurídico. Objeto ilícito é aquele contrário a lei, que viola um dever legal. O objeto do negócio também deve ser determinado ou determinável, sendo aquele suscetível de determinação no momento de sua execução. Desse modo, na celebração do contrato de compra e venda, a manifestação de vontade deve ser recaída sobre um determinado bem que pode ser comercializado.

Já referente a forma de celebração, será livre, quando não houver disposição da lei quanto a sua forma, ou deverá respeitar prescrição legal, conforme aduz art. 104, inc. III do

³⁶ Art. 104 do Código civil de 2002. A validade do negócio jurídico requer;

I – agente capaz;

II – objeto lícito, possível, determinado ou determinável;

III – forma prescrita ou não defesa em lei.

Código Civil. As partes celebrantes do contrato podem fazê-lo por escrito, público ou particular, e até mesmo verbalmente, ressalvados os casos determinados por lei. Nesse sentido, o contrato celebrado pelo meio eletrônico é considerado válido pelo nosso ordenamento jurídico, já atende ao princípio da liberdade da forma e autonomia da vontade.

Um dos pressupostos de validade que deve ser atendido nos contratos eletrônicos por meio da internet deve ser a boa-fé objetiva dos contratantes, devendo estar presente antes, durante e depois da sua celebração. A quebra desse princípio irá contaminar o negócio jurídico, afetando a sua validade e eficácia³⁷.

O último plano no qual deve se resguardar o negócio jurídico é o da eficácia. Pois, muitos negócios jurídicos para produzirem os seus efeitos, é necessário atingirem fatores de eficácia³⁸. Esses fatores são algo extrínseco dos negócios jurídicos, algo que dele não pertence, mas que contribui para a aplicação dos seus efeitos. Podemos citar como um dos fatores aqueles sem os quais o ato não produz efeito nenhum, também consta a recepção de declaração do destinatário. Existe também fatores que são indispensáveis para que o negócio jurídico celebrado pelas partes seja capaz de produzir os efeitos visados.

Ao final, tem-se aqueles fatores que são indispensáveis para que o negócio jurídico, que já produz os efeitos pretendidos, aumente o seu campo de atuação, podendo atingir terceiros. Ao mencionar esses fatores, estaríamos nos referindo ao momento inicial em que ocorre a produção de efeitos,

Apreciado de maneira superficial os planos de existência, validade e eficácia do negócio jurídico, é abordado no próximo ponto como ocorre a formação dos contratos pelo meio eletrônico.

2.4 Formação dos contratos no meio eletrônico

É mister explorar na formação dos contratos a distância e por meios eletrônicos o papel desempenhado pela vontade na formação do negócio jurídico, bem como as suas

³⁷ SOUZA, Miriam Claudia Junqueira de. **Contratos eletrônicos**. Rio de Janeiro: Mauad, 1997. p. 88.

³⁸ AZEVEDO, Antônio Junqueira de. **Negócio jurídico**: existência, validade e eficácia. 4. ed. atual. de acordo com o novo Código Civil. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 43.

consequências. “A vontade é elemento fundamental na produção dos efeitos jurídicos, sendo necessário, como é óbvio, que ela se manifeste, que ela se exteriorize”³⁹.

Há doutrinadores que defendem que tanto na teoria da vontade como na teoria da declaração existem dois elementos no negócio jurídico: a vontade e a declaração. Porém, tem quem defenda que exista apenas um elemento, sendo este a declaração de vontade, constituindo um dos chamados elementos intrínsecos, não se tratando de elemento do negócio jurídico. Entretanto, o negócio jurídico só passa a existir a partir da sua declaração. A relevância jurídica da vontade não transparece no plano da existência⁴⁰.

Quanto a forma do negócio jurídico essa pode ser tácita ou expressa. Aqueles com forma expressa, a declaração é feita por meio de palavras, seja por escrito ou qualquer outro meio capaz de manifestar a vontade. Já os negócios com a forma tácita são aqueles em que a declaração de vontade é deduzida de fatos e atos que a fazem ser presumida. O ato também pode ser ativo ou omissivo.

Por fim, o terceiro elemento para constituição do negócio jurídico é o seu objeto, entendido como todo o conteúdo do seu objeto. No contrato, o conteúdo será constituído pelas cláusulas contratuais.

Também se tem os chamados atos voluntários, sendo aqueles atos jurídicos em sentido estrito, que nos contratos celebrados pelo meio eletrônico, parece haver uma menor importância no papel desempenhado pela vontade. Nos atos em sentido estrito, independentemente da vontade, é valorizada os efeitos determinados em lei. Junto aos negócios jurídicos e atos jurídicos também se encontram os atos-fatos, aqueles em que produzem um resultado fático, ocasionando uma transformação no mundo material, no qual a lei atribui efeitos.

A criação dos contratos jurídicos de massa e dos contratos de adesão, se tornaram importantes instrumentos devido ao aumento populacional, aos avanços tecnológicos, que exigiram uma maior qualificação jurídica, adequação necessária para a sua inclusão nos modelos existentes⁴¹.

³⁹ AMARAL NETO, Francisco dos Santos. **Direito civil**: introdução. 7. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 411.

⁴⁰ AMARAL NETO, Francisco dos Santos. **Direito civil**: introdução. 7. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008. p. 411.

⁴¹ COUTO E SILVA, Clovis Veríssimo do. **A obrigação como processo**. São Paulo: J. Bushatsky, 1976. p. 85.

Assim, para a contratação pela internet, se faz necessário a utilização de técnicas dos contratos de adesão, devido a dinâmica dos negócios, impedindo a elaboração de inúmeros contratos individuais, discutidos com cada um dos consumidores. Opta-se por um modelo uniforme e padronizado, com espaço somente para o preenchimento de dados referente a identificação do consumidor, objeto do contrato e preço⁴².

O Código de Defesa do Consumidor define o contrato de adesão como:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo⁴³.

Percebe-se que nesse tipo de contrato as cláusulas são estabelecidas unilateralmente por um dos futuros contratantes, de modo que a outra parte nada pode fazer para discuti-las, modificá-las, no qual lhe resta apenas aceitá-las ou recusá-las. O consumidor está apenas aceitando um enumerado de cláusulas elaborado de maneira uniforme, expressando sua vontade em um instrumento contratual padronizado e massificado.

Se por um lado, a implementação desse tipo de contrato acaba facilitando o contratante na forma de contratar perante a sociedade em massa, devido a padronização e eficiência na distribuição de seus produtos e serviços, por outro, leva ao consumidor uma escassez de informação. Por isso, para que ocorra essa contratação pela internet, é exigido uma conformidade de conduta entre os contratantes. Com essa nova forma de contratar, é necessário delimitar a responsabilidade de cada uma das partes nesse meio, bem como, manter a integridade, a preservação da relação e a harmonização dos conflitos.

Os contratos realizados pelo meio eletrônico, devido a essa peculiaridade do meio de celebração, que impõe um distanciamento entre as partes, evidencia a posição de vulnerabilidade do consumidor. Essa distância pode levar ao pensamento de que os contratos celebrados por computador dispensem a declaração de manifestação da vontade, e até mesmo que são celebrados sem uma declaração genuína.

Durante a celebração desses contratos prevalece, entre consumidores e fornecedores, o princípio da proteção a confiança, que assumiu grande responsabilidade no nosso ordenamento jurídico, devido ao fato de que os meios tradicionais de tráfico negocial foram

⁴² MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 76.

⁴³ BRASIL. **Código de defesa do consumidor**. Lei 8.078 de 11/09/1990. Brasília, Diário Oficial da União, 1990.

modificados. O princípio da proteção da confiança atua nos contratos eletrônicos em conjunto com o princípio da autonomia da vontade, visando limitar a autonomia da vontade emitida pelo fornecedor, protegendo a segurança do tráfico jurídico⁴⁴.

O princípio da confiança assume papel importante nesse tipo de contrato visto que não é possível identificar de maneira clara quem são os contratantes, tendo em mente o requisito de capacidade da parte. Porém, é importante ressaltar que o risco da atividade exercida é do fornecedor, ao escolher esse meio para divulgar seus produtos, bem como para utilizá-lo para se comunicar com os consumidores. Uma forma de precaução simples que poderia ser tomada pelo fornecedor seria o oferecimento de alguns métodos de confirmação para o consumidor, de modo a tentar garantir a identificação deste.

Em síntese, os contratos a distância são aqueles realizados pelo meio eletrônico e pela internet e que são caracterizados como “encontros de uma oferta de um bem ou serviço que se expressa através de um audiovisual inserido em uma rede internacional de telecomunicação e de uma aceitação que é suscetível de ser manifestada por meio da interatividade”⁴⁵.

Essa contração representa uma nova forma de constituir relações obrigacionais, trata-se de uma nova forma de expressar a vontade resultante dos avanços tecnológicos que facilitam a troca de informações e mensagens de dados, agilizando o processo de consumo.

Após discriminadas as peculiaridades da formação dos contratos pelo meio eletrônico, resta conceituar e classificar essa nova forma de contratação.

2.5 Conceito e classificação do contrato eletrônico

Os contratos celebrados pela internet, a distância e por meios eletrônicos é, apesar de suas peculiaridades, um contrato. Então, será aplicado aos contratos eletrônicos os princípios e regras gerais da teoria dos contratos, que estão presentes em nosso ordenamento jurídico, a respeito da sua celebração, execução e efeitos.

⁴⁴ MARQUES, Claudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 141.

⁴⁵ TIMM, Luciano Benetti. A prestação de serviços bancários via Internet (*home banking*) e a proteção do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 10, n. 38, p. 84-85, abr./jun. 2001.

O contrato eletrônico pode ser conceituado como “aquele celebrado por meio de programas de computador ou aparelho com tais programas”⁴⁶, sendo dispensado a assinatura, pode-se exigir ao lugar dessa que seja inserido algum tipo de senha. É celebrado, primordialmente, por intermédio da Informática.

O contrato eletrônico “é o negócio jurídico concretizado pela transmissão de mensagens eletrônicas pela *Internet*, entre duas ou mais pessoas, a fim de adquirir, modificar ou extinguir relações jurídicas de natureza patrimonial”⁴⁷.

O contrato se constitui da fusão da oferta com a aceitação, que possui o elemento volitivo e determinação a prestação principal do negócio jurídico. A especificidade desse contrato encontra-se no fato de ser utilizado para a sua celebração a rede de computadores, não se trata de um novo tipo contratual, mas apenas uma nova técnica utilizada para formar contratos a distância.

Também cabe realizar uma breve conceituação sobre o comércio eletrônico e o alcance dessa expressão, ela pode ser utilizada de maneira a englobar todas aquelas relações jurídicas que foram realizadas pelos meios eletrônicos; pode ser limitada a questões de conteúdo negocial, ou seja, de tráfico econômico entre bens e serviços; e reduzida a relações comerciais de consumo.

Os contratos eletrônicos de consumo também podem ser divididos em alguns tipos, primeiro, como sendo aquele em que o computador é utilizado apenas como um meio para manifestar uma vontade já aperfeiçoada, desse modo, equipara-se aos outros meios de comunicação; segundo, o computador vai ser o local em que ocorrerá o encontro de vontades, situação em que o computador está a serviço das partes, e não pertence a nenhuma dela; terceiro, o computador sendo utilizado como forma de auxiliar no processo de formação da vontade, como fator determinante.

De acordo com as configurações do computador, ele atuará como o responsável pela atividade negocial, transmitindo a decisão diretamente a outra parte contratante. Já referente aos contratos por computador *stricto sensu*, “a manifestação de vontade é feita de forma tácita e, às vezes, pelo silêncio circunstanciado”⁴⁸.

⁴⁶ GLANZ, Semy. Internet e contrato eletrônico. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, ano 87, v. 757, p. 72, nov. 1998.

⁴⁷ LAWAND, Jorge José. **Teoria geral dos contratos eletrônicos**. São Paulo: J. de Oliveira, 2003. p. 87.

⁴⁸ SANTOLIM, Cesar Viterbo Matos. **Formação e eficácia probatória dos contratos por computador**. São Paulo: Saraiva, 1995. p. 28.

Os contratos eletrônicos de consumo celebrados pela internet podem ser de dois tipos: os contratos de prestação de serviços disponibilizados na própria rede, sendo incluída nessa categoria as compras de *software*; os contratos de compra e venda de produtos ou prestação de serviços que serão disponibilizados fora da rede, que se trata do tipo mais utilizado atualmente.

A depender do doutrinador estudado, os contratos eletrônicos ainda podem ser divididos em: intersistêmicos; interpessoais; e interativos. Os intersistêmicos são aqueles “formados utilizando-se o computador como ponto convergente de vontades preexistentes”⁴⁹, as partes apenas passam para o computador as vontades resultantes na negociação prévia.

Os contratos eletrônicos interpessoais, são os “contratos celebrados por computador quando este é utilizado como meio de comunicação entre as partes, interagindo na formação da vontade destas e na instrumentalização do contrato [...]”⁵⁰, nesse caso, não se trata de mero meio de comunicação da vontade já concebida.

O contrato eletrônico ainda pode ser subdividido em dois tipos, a depender se a manifestação da vontade ocorrer de maneira simultânea ou não. Os simultâneos, chamados de contrato *online*, são celebrados pelos contratantes que estão conectados ao mesmo tempo na rede de computadores. A declaração de vontade é emitida e recebida pela outra parte no mesmo momento de sua declaração. Já os não simultâneos são aqueles em que a declaração e recepção da declaração de vontade não ocorre de maneira simultânea, a exemplo, tem-se aqueles contratos celebrados via *e-mail* ou por correspondência.

Relacionando com os contratos de adesão, nos contratos eletrônicos interativos de consumo, ocorre a influência do computador no processo de formação da vontade, contratos celebrados de maneira automatizada, e por muitas vezes, instantâneo, sem que ocorra nenhum contato pessoal entre as partes. Nesses contratos, a fase de discussão das condições é suprimida e para o consumidor adquirir o produto que deseja, é necessário concordar com os termos impostos de maneira unilateral pelo fornecedor.

Depois de examinados o conceito e classificação desse tipo de contrato, analisa-se o direito de arrependimento do consumidor, sua natureza jurídica e demais características.

⁴⁹ BARBAGALO, Erica Bradini. **Contratos eletrônicos**: contratos formados por meio de redes de computadores; peculiaridades jurídicas da formação do vínculo. São Paulo: Saraiva, 2001. p. 51.

⁵⁰ BARBAGALO, Erica Bradini. **Contratos eletrônicos**: contratos formados por meio de redes de computadores; peculiaridades jurídicas da formação do vínculo. São Paulo: Saraiva, 2001. p. 52.

3 O DIREITO DE ARREPENDIMENTO

O tema de destaque da presente monografia se refere ao direito de arrependimento nos contratos de consumo, que é tratado pelo art. 49 da Lei 8.078 de 1990. O *caput* do referido artigo dispõe que:

Art. 47. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou 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 domicílio⁵¹.

Em continuidade, o parágrafo único preceitua que se o consumidor exercitar tal direito, os valores pagos, durante o prazo de reflexão, deverão ser devolvidos de imediato, devidamente atualizados monetariamente, visando evitar o enriquecimento sem causa.

O prazo de reflexão de sete dias mencionado, constitui um direito potestativo, colocado à disposição do consumidor, servindo de contraponto a sujeição que o consumidor tem diante do fornecedor ou comerciante do produto.

Esse prazo de reflexão pode ser entendido como o ato de arrepender-se, de voltar atrás e recuperar aquilo que foi perdido. É a faculdade concedida às partes de desfazer o contrato anteriormente celebrado. A desvinculação exercida por uma das partes faz cessar o contrato sem a necessidade de invocar um motivo, no qual um dos contratantes pode de maneira livre extinguir o contrato.

Começa a contar o prazo de reflexão de sete dias quando constar a assinatura no contrato ou quando recebido o produto, ou da execução do serviço, em todas aquelas contratações que forem feitas fora do estabelecimento comercial, de maneira especial, por telefone e em domicílio. Apesar de não constar expressamente disposição acerca dos contratos celebrado pela internet, é aceito doutrinariamente a aplicação desse direito a esses contratos.

Já relacionado a eficácia do contrato, fica condicionada a vontade de uma das partes por um determinado período inicial, ou seja, pelo prazo de reflexão de sete dias⁵². Sendo assim, nos primeiros dias após a celebração do contrato, este ainda não é eficaz, passando a ser somente após o decurso do prazo conferido pelo art. 49 do CDC.

⁵¹ BRASIL. **Código de defesa do consumidor**. Lei 8.078 de 11/09/1990. Brasília, Diário Oficial da União, 1990.

⁵² MARTINEZ, Pedro Romano. **Da cessação do contrato**. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2006. p. 160.

Estão abrangidas pelos dispositivos “as vendas em que o vendedor se dirige à residência do consumidor (venda em domicílio) ou ao seu local de trabalho, as contratações por telefone e internet”⁵³.

De acordo com o art. 49 do CDC, esse direito pode ser exercido sem a necessidade de apresentar um motivo, causa ou fundamento, sendo um direito irrenunciável, não sendo lícito ao consumidor renunciar previamente o exercício por acordo entre as partes ou até mesmo por imposição unilateral do fornecedor. Também não é possível a aplicação de eventual indenização ou forma de compensação de modo a pressionar o consumidor a não exercer o direito previsto no CDC. A rescisão do contrato por esse direito só pode ser exercida pela parte consumidora, dentro do prazo de reflexão estabelecido, independentemente de qualquer justificativa.

Ressalta-se que “no Brasil, o prazo de reflexão concedido pelo artigo (49) é obrigatório, dada a natureza de ordem pública e de interesse social das normas contidas na Lei n.º 8.078/1990, conforme o seu art. 1º”⁵⁴.

O art. 49 ao dispor o direito de arrependimento pelo consumidor naqueles contratos de consumo celebrados fora do estabelecimento comercial, seja por meio de telefone, em domicílio, ou pela internet, conforme entendimento doutrinário. Ocorre um alargamento da expressão “fora do estabelecimento comercial”, devido aos avanços da tecnologia que resultam em uma nova forma de contratar, estimulando ainda mais a sociedade de consumo.

O Decreto n.º 7.962 de 2013, ao regulamentar o CDC, reafirmou o direito de arrependimento assegurado ao consumidor, no art. 1º, III; art. 4º, V; e art. 5º⁵⁵. A finalidade do direito de arrependimento serve como proteção para a declaração de vontade do consumidor, para que esta possa ser exercida com plena liberdade e convicção, garantindo mais proteção para o consumidor.

O art. 49 do CDC encontra inspiração no direito europeu, pois esse direito acompanhava os contratos pela característica da comunicação envolvida entre as partes para a celebração desse contrato, de modo a evitar que o consumidor fosse surpreendido, podendo

⁵³ BESSA, Leonardo Roscoe. Proteção contratual. In: BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 367.

⁵⁴ BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Direito de arrependimento do consumidor de crédito. Evolução no direito comparado e oportunidade/conveniência da regulamentação nos contratos de crédito consignado. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 21, n. 81, p. 267, jan./mar. 2012.

⁵⁵ BRASIL. Decreto n.º 7.962, de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei n.º 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: 25 out. 2022.

ser prejudicado. Assim, esse direito se apresentou como forma de evitar esse risco, desse modo, pode o consumidor, em momento de dúvida ou reflexão, pensar, reconsiderar e mudar de ideia, podendo resolver o contrato.

Ultimamente, houve a ampliação da aplicação desse direito de rescisão por arrependimento na União Europeia. Sendo aplicado tal direito nos casos de celebração de contrato a distância por meio eletrônico, fora do estabelecimento comercial, para os contratos de compra e venda de produtos financeiros. Essa ideia serve como reforço para a aplicação do direito de arrependimento no ordenamento jurídico brasileiro, em relação a esses mesmos tipos de contratos.

O exercício desse direito é justificável pela situação de vulnerabilidade e debilidade em que se encontra o consumidor ao realizar a contratação a distância, no qual podemos observar diversas peculiaridades na contratação de consumo por esse meio, no qual temos como exemplo: o déficit de informação que o consumidor possui; o déficit na capacidade de reflexão; as estratégias agressivas utilizadas pelo fornecedor; e a falta de negociação entre as partes. Todos esses fatores não devem estar presentes de maneira simultânea no momento da celebração do contrato de consumo, mas servem para evidenciar a vulnerabilidade em que o consumidor se encontra.

Outros requisitos subjetivos podem ser apontados para evidenciar a vulnerabilidade do consumidor, mas deve ser observado a análise do caso concreto. Temos a assimetria econômica, assimetria cultural e assimetria técnica. O fornecedor, por facilitar o modo de contratação, ao disponibilizar um canal com fácil acesso do consumidor por meios eletrônicos, também deve ser capaz de assegurar o direito de arrependimento que o consumidor possui. Deve haver facilidade tanto na hora de contratar como na forma de exercer o seu direito e rescindir o contrato.

O direito de arrependimento é o “direito de pensar duas vezes ou direito de repensamento, consistente na faculdade de rescindir o contrato após a compra, a ser livremente, e sem sanção, exercido pelo adquirente”⁵⁶. A garantia é de assegurar o comprador a eventuais danos. Trata-se de um direito que deve ser reforçado para os contratos celebrados a distância e pelo meio eletrônico, principalmente quando é utilizado a internet.

⁵⁶ GOMES, Orlando. **Contratos**. 26. ed. atual. de acordo com o Código Civil de 2002, por Antônio Junqueira de Azevedo e Francisco Paulo De Crescenzo Marino. Rio de Janeiro: Forense, 2008. [v. 3], p. 323-324.

A diante, será examinado a natureza jurídica do direito de arrependimento do consumidor, bem como, seus efeitos e o prazo de sete dias para a reflexão.

3.1 Natureza jurídica do direito do arrependimento

O direito de arrependimento do consumidor trata-se de um direito de revogação unilateral, em que, por lei, o benefício é destinado somente ao consumidor. Constitui uma prerrogativa que tem como característica a discricionariedade do consumidor. Justamente porque a expressão “arrependimento” traz uma ideia de discricionariedade que pode ser invocada.

Tal prerrogativa é direito absoluto conferido a parte mais vulnerável da relação de consumo, de modo que o uso desse direito jamais pode resultar na responsabilização do consumidor. “Esse direito de arrependimento ou desistência tem natureza de direito formativo extintivo do contrato, uma nova espécie de direito de resolução contratual, cuja eficácia depende exclusivamente do seu exercício por parte do consumidor”⁵⁷. É pressuposto para a existência desse direito é o fato de o contrato ter sido celebrado fora do estabelecimento comercial, podendo ser contratações por telefone, em domicílio, e aquelas realizadas pela internet.

O direito de arrependimento do consumidor é comparado, pelos franceses, com o direito de revogação unilateral dos contratos de duração indeterminada ⁵⁸. Do mesmo modo que o direito de revogação unilateral dos contratos constitui um relevante instituto para a demonstração da liberdade individual nos contratos de duração indeterminada, o direito de arrependimento concede ao consumidor a possibilidade de preservar a sua vontade, protegendo-a de consequências que sejam negativas a ele.

No Brasil, para que possa ser exercido, o direito de arrependimento do consumidor pressupõe a existência de um contrato, no qual resta a discussão acerca da sua validade e eficácia. Quanto a eficácia, pode ocorrer três hipóteses:

⁵⁷ MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **Curso de direito do consumidor**. 4. ed. rev., atual. E ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 364.

⁵⁸ PIZZIO, Jean-Pierre. Un apport législatif en matière de protection du consentement. La loi du 22 décembre 1972 et la protection du consommateur sollicité à domicile. **Revue Trimestrielle de Droit Civil**, Paris, n. 74, p. 87, 1976.

O contrato fica com a sua eficácia suspensa durante o prazo de 7 dias de reflexão, só podendo ser cobrado o consumidor após o término desse prazo e sem a desistência do comprador.

Também pode ocorrer do contrato ser imediatamente eficaz, produzindo efeitos até a ocorrência de evento futuro e incerto, que irá resolver o vínculo contratual. Nessa situação, o contrato estaria perfeito e terminado, não sendo necessário uma nova declaração de vontade para que possa produzir todos os seus efeitos⁵⁹. Se eventualmente ocorrer o evento na condição resolutiva, o direito estabelecido será extinto, as partes devolvem as prestações recebidas e ficam livres da vinculação ao contrato.

A última hipótese decorre de uma interpretação do art. 49 do CDC, como sendo uma nova causa de resolução do contrato, “uma faculdade unilateral do consumidor de resolver o contrato no prazo legal de reflexão, sem ter que arcar com o ônus contratuais normais da resolução por inadimplemento (perdas e danos, etc)”⁶⁰. Nessa situação, a resolução se opera de pleno direito, bastando apenas a manifestação de vontade do consumidor.

Após o rompimento do vínculo contratual, as partes retornam ao seu estado anterior mediante a devolução das prestações recebidas, no caso, o fornecedor irá restituir monetariamente os valores recebidos pelo consumidor. Já por sua parte, o consumidor deverá devolver o produto recebido, com o devido cuidado para que o bem não pereça e nem sofra desvalorização durante esse período de reflexão.

O direito de arrependimento possui certa finalidade com a resolução, pois trata-se de extinção do contrato pela manifestação unilateral de vontade, com a mesma destinação da resolução⁶¹.

O Código de Defesa do Consumidor estabelece algumas peculiaridades em relação ao exercício do direito de arrependimento pelo consumidor, que são: i) apenas o consumidor tem o direito de exercer o arrependimento invocando o art. 49 do CDC; ii) o contrato de prestação de serviço ou fornecimento de produto pode se tornar perfeito com a execução das prestação de ambas as partes, mas mesmo assim ainda haverá a possibilidade de invocar o direito de arrependimento pelo consumidor; iii) após o exercício desse direito, ambas as partes devem

⁵⁹ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 871.

⁶⁰ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 872.

⁶¹ AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. **Comentários ao novo Código Civil**: da extinção do contrato: arts. 472 a 480. Coordenador Sálvio de Figueiredo Teixeira. Rio de Janeiro: Forense, 2011. v. 6, t. 2, p. 240.

restituir aquilo que receberam, retornando a situação que se encontravam antes de contratar; iv) o consumidor não está obrigado a indenizar perdas e danos ao fornecedor, devendo-se atentar para as causas de enriquecimento sem causa.

Já o parágrafo único do art. 49 CDC estabelece que o consumidor tem o direito de receber a devolução dos valores pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão de 7 dias, devidamente atualizado. Entende-se que o consumidor não deve arcar com qualquer despesa, visto que o risco da atividade comercial deve ser suportado pelo fornecedor⁶².

Nesses casos, o consumidor deve ter cautela ao utilizar o produto recebido, durante o prazo de reflexão, para que não acabe depreciando-o, podendo exercer posteriormente o direito de arrependimento. Deve ser ressaltado que “[...] é certo também que não será lícito ao consumidor danificar o produto ou utilizá-lo parcialmente para, ainda dentro do prazo legal de sete dias, devolvê-lo ao fornecedor”⁶³. Mesmo que não seja uma imposição, a mesma exigência deve ser feita ao consumidor que terá o dever de restituir a coisa objeto do contrato.

A devolução deve ser feita em perfeitas condições, em função do princípio do arrependimento pelo consumidor. Quanto aos custos de devolução, estes devem ser suportados pelo fornecedor, visto a não desencorajar o exercício desse direito pelo consumidor.

As consequências da utilização do produto pelo consumidor durante o prazo de reflexão, não estão reguladas no Código de Defesa do Consumidor, mas, entende-se que o fornecedor tem o direito de ser indenizado em eventuais prejuízos de acordo com o valor do dano sofrido, devido ao fato de que em toda relação contratual deve prevalecer os princípios da boa-fé e equilíbrio contratual.

O art. 49 do CDC dispõe uma cláusula resolutiva tácita, que funciona de maneira retroativa, buscando estabelecer o *status quo ante*. Esse direito previsto no CDC atua como forma de proteger o consumidor, de maneira positiva na sua proteção que se vincula a contratação por meio eletrônico na sociedade de consumo, sendo a internet um meio de contratação a distância. Assim, esse direito irá permitir que o consumidor, ao adquirir um produto ou serviço, seja capaz de pensar e refletir com calma, sobre a necessidade de adquirir determinado objeto.

⁶² NERY JUNIOR, Nelson. Da proteção contratual. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 10. ed. rev., atual. e ref. Rio de Janeiro: Forense, 2011. v. 1, p. 565.

⁶³ MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **Curso de direito do consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 366.

Ademais, essa garantia também funciona como forma de reforçar o princípio *pacta sunt servant*, pois permite o consumidor tomar uma decisão de maneira refletida e lógica. Seu exercício busca a proteção contra práticas comerciais abusivas, visando manter o equilíbrio contratual entre as partes, fazendo diminuir a vulnerabilidade do consumidor ao contratar por esse meio.

Pode-se citar como mais um argumento para reforçar esse direito ao consumidor, o fato de que, fora do estabelecimento comercial, o consumidor não consegue ver, testar o produto que tem interesse em adquirir, trata-se de uma aquisição com um pequeno efeito “surpresa”, aliado as campanhas agressivas que acabam aplicando pressão psicológica ao comprador.

O atual art. 49 dispõe de dois elementos essenciais para que ocorra a desistência do contrato pelo consumidor, quais sejam, que a contratação seja celebrada fora do estabelecimento comercial; e que haja estrita observância do prazo de reflexão. É importante mencionar, a relação que o referido artigo faz com o art. 33 do CDC, a respeito do dever de informar nos casos de compra realizada por telefone ou reembolso postal, é possível pensar em um alargamento dessa interpretação, para acolher as contratações a distância celebradas pelo meio eletrônico.

Cabe agora, realizar o estudo do prazo de reflexão de sete dias, bem como o cumprimento do dever de informação que deverá ser exercido pelo fornecedor de produtos ou serviços.

3.2 Prazo de sete dias e o dever de informação

O prazo de reflexão de sete dias para que o consumidor exerça o seu direito de arrependimento é contado a partir do momento da assinatura do contrato ou do ato de recebimento do produto, ou da prestação de serviço pelo fornecedor. Para a contagem desse prazo, é aplicado o disposto no art. 132 e parágrafos seguintes do Código Civil, excluindo-se o dia do início e incluído o dia do final. Cabe ressaltar, que “não se inicia nenhum prazo em

feriado ou dia não útil, e se o dia do vencimento cai em dia não útil ou feriado, prorroga-se o prazo para o dia útil imediato”⁶⁴.

A manifestação de vontade deverá ser levada ao conhecimento do fornecedor, de modo que o consumidor possa provar que efetuou a comunicação, seja devolvendo o produto, com o respectivo recibo, ou por outros meios de comunicação em que fique registrado a sua comunicação. O efeito do arrependimento é *ex tunc* e entre as partes, volta para o estado em que se encontravam antes da celebração do contrato.

Tema não regulado pelo Código de Defesa do Consumidor ocorre com relação ao direito de arrependimento do consumidor no caso da contratação de fornecimento de serviço, uma vez já prestado o serviço pelo fornecedor ao consumidor, este é irrestituível. Assim, tratando-se de contrato de prestação de serviços realizados a distância e por meio eletrônico, análogos aos contratos celebrados no estabelecimento comercial ou em domicílio, em que não existe a possibilidade de retorno ao *status quo*, não deve ser permitido a aplicação do direito de arrependimento pelo consumidor. Essa restrição ao exercício desse direito toma como base a posição da parte mais fraca nesse caso, evitando com que o consumidor se beneficie do arrependimento⁶⁵.

Outro aspecto importante de ser citado é o contrato acessório de financiamento, quando ocorre o pagamento com o cartão de crédito, por exemplo, também deverá ser extinto com o contrato principal de consumo, “sob pena de inviabilizar o direito do consumidor de pôr fim ao vínculo”⁶⁶.

A doutrina e a jurisprudência consideram celebrado o contrato fora do estabelecimento comercial quando: i) a mercadoria foi entregue no domicílio do comprador; ii) se faz por telefone a contratação de produto ou serviço.

Sobre as relações de consumo celebrados por telefone, no Supremo Tribunal de Justiça tem-se o seguinte julgado:

⁶⁴ NERY JUNIOR, Nelson. Da proteção contratual. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 10. ed. rev., atual. e ref. Rio de Janeiro: Forense, 2011. v. 1, p. 562.

⁶⁵ AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. **Comentários ao novo Código Civil**: da extinção do contrato: arts. 472 a 480. Coordenador Sálvio de Figueiredo Teixeira. Rio de Janeiro: Forense, 2011. v. 6, t. 2, p. 297.

⁶⁶ MARQUES, Claudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 280.

Agravo regimental. Ação de indenização. Compra. Sistema de televendas. Direito de arrependimento. Prazo legal de sete dias. Art. 49 do CDC. Decisão agravada. Manutenção.

I – É facultado ao consumidor desistir do contrato de compra, no prazo de 7 (sete) dias, a contar da sua assinatura, quando a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial, nos termos do art. 49 do CDC.

II – Agravo Regimental improvido⁶⁷.

Assegurar o direito de arrependimento nos contratos eletrônicos é uma forma de garantir proteção ao consumidor frente as práticas abusivas praticadas pelos fornecedores. Visto que, durante a prática comercial, o fornecedor assume riscos, principalmente quando se trata do comércio eletrônico, relação em que o consumidor se encontra mais vulnerável. Direito este que não foge da temática adotada pelo CDC, que é o de proteger a parte mais fraca da relação. Pode-se dizer que se “o contato físico com o produto, na entrega, desperta o sentimento de arrependimento do ato de compra, deve ser reconhecido o direito do consumidor ao desfazimento do contrato”⁶⁸.

Conforme já mencionado, o art. 49 do CDC foi inspirado no direito europeu. A Diretiva Europeia 97/7/CE sobre vendas a distância e *marketing* direto, já previa o direito de arrependimento dentro do prazo de sete dias, a contar da contratação do serviço ou do recebimento do produto. Porém, nos casos em que houvesse descumprimento dos deveres de informação, previstos no art. 5º da Diretiva, o prazo ficava estendido para três meses. No qual, poderia ser restabelecido o prazo de setes dias, a partir do momento em que a identidade do fornecedor chegasse ao consumidor.

A Diretiva 97/7/CE informava que se o consumidor exercesse o seu direito de arrependimento, o fornecedor deveria devolver todas as quantias recebidas, já o consumidor suportava os custos para a devolução física do produto.

A diretiva tinha como objetivo a proteção dos consumidores que contratavam a distância. As novas tecnologias de comunicação, relacionadas com as estratégias agressivas exercidas pelo fornecedor acentuaram a vulnerabilidade do consumidor ao contratar a distância. A internacionalidade das relações acabou aumentando os riscos na celebração desse tipo de contrato, resultando em insegurança a respeito das informações, qualidade e garantias do contrato.

⁶⁷ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Terceira Turma, **Agravo Regimental no Recurso Especial nº 1.189.740/RS**, Relator Ministro Sidnei Beneti, julgado em 22 de junho de 2010.

⁶⁸ COELHO, Fábio Ulhoa. **Direitos do consumidor no comércio eletrônico**. Revista do Advogado, São Paulo, v. 26, n. 89, p. 34, dez. 2006.

Temos também a Diretiva 2000/31/CE, sobre o comércio eletrônico, destinada a proteção das pessoas físicas, garantindo uma maior segurança nas comunicações e na eficácia da aplicação de outras diretivas materiais sobre as contratações a distância⁶⁹.

Cabe fazer a ressalva quanto a não aplicação do direito de arrependimento pelo consumidor quando houver a contratação de produtos e serviços eletrônicos que trafeguem de maneira exclusiva pelo meio virtual, chamado de comércio eletrônico direto.

Deve-se atentar que o *site* é apenas uma mera representação do estabelecimento comercial e não se trata do local onde é celebrado o contrato. Sendo assim, os contratos eletrônicos, celebrados pela internet, são considerados como aqueles realizados fora do estabelecimento comercial, independentemente de quais sejam os bens adquiridos pelo consumidor, podem ser bens corpóreos, no qual a entrega é feita pelo meio físico, ou bens incorpóreos com entrega e destinação o meio exclusivamente virtual.

A não consideração do *site* como estabelecimento empresarial não se dá em função do produto ou serviço que está sendo comercializado. Na verdade, o endereço eletrônico é apenas uma representação virtual e desmaterializada do estabelecimento empresarial existente no mundo físico, constitui apenas um elemento que integra o estabelecimento⁷⁰.

Deve haver o reforço da aplicação do direito de arrependimento do consumidor nessa sociedade de consumo massificada, na qual os contratos são celebrados a distância e colocam o consumidor em uma posição de maior vulnerabilidade em relação ao consumidor. Devendo nos atentar também aos casos em que não cabe a aplicação do referido princípio. Ademais, cabe o fornecedor o dever de informar sobre o conteúdo do contrato, de modo a garantir a proteção do consumidor, devendo conter nos *sites* informações claras acerca da possibilidade de desistência do consumidor, bem como, do procedimento adotado caso o comprador escolha o exercício desse direito.

Por fim, a última parte desse trabalho será destinada aos estudos de possíveis soluções/correções para que ocorra a melhor aplicação do direito de arrependimento do consumidor nos contratos eletrônicos celebrados pela internet.

⁶⁹ UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspectos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrônico, no mercado interno (“Diretiva sobre comércio eletrônico”)

⁷⁰ PARENTONI, Leonardo Netto. **Direito de arrependimento na Internet e estabelecimento virtual**. Repertório IOB de jurisprudência: civil, processual, penal e comercial, São Paulo, n. 16, p. 514, 2. quinz. ago. 2006.

4 MEIOS PARA GARANTIR A MELHOR APLICAÇÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS A DISTÂNCIA REALIZADOS PELA INTERNET

A proteção dos direitos do consumidor nos contratos de consumo celebrados a distância e por meios eletrônicos irá gerar um sentimento maior de segurança para utilizar esse meio, sendo assim, o direito do consumidor tem importante papel de transparência para facilitar a tomada de decisões pelo consumidor. O fornecedor que utiliza esses meios de comunicação a distância possui o dever de informar o consumidor de maneira clara.

O estudo desse tema é de grande importância pois permite ao legislador se atentar para uma realidade irreversível, visto que é permitido pelo sistema jurídico brasileiro, que o computador seja utilizado como instrumento para a celebração de contratos a distância. O qual possibilita o contratante dispor da liberdade de exercício do direito de arrependimento do consumidor.

Cabe ressaltar que, a proteção jurídica do consumidor não poderá impedir o progresso econômico e social do país, principalmente diante dos avanços tecnológicos. Uma pequena observação acerca da experiência estrangeira, conforme já demonstrado, deve servir de incentivo para que o legislador consiga adaptar a utilização do computador e de outros meios digitais na formação e execução de contratos de consumo, sem que esse ato não acabe favorecendo nenhuma das partes e resguardando todos os direitos que os contratantes possuem, bem como que não interfira na aplicação de outras disposições do direito do consumidor.

Os contratos a distância realizados por meios eletrônicos, principalmente pela internet é uma maneira pós-moderna para formalizar contratos em massa na sociedade de consumo atual, desenvolvida em um novo meio, utilizam-se da rede mundialmente interconectada. A internet, trata-se de um meio que possui o objetivo de atingir o maior número de pessoas, em relação ao tema, busca atingir o maior número de consumidores, assim, os fornecedores têm utilizado cada vez mais esse meio para vincular-se contratual com os consumidores.

Desse modo, passaremos a análise de como a atualização do Código de Defesa do consumidor pode ser importante meio para garantir uma maior proteção quando a contratação se der pelo meio eletrônico.

4.1 Atualização do código de defesa do consumidor em relação ao comércio eletrônico

Como já exposto até aqui, a comunicação facilitada que a internet propõe acaba resultando em uma maior vulnerabilidade naqueles que contratam e se comunicam pelo meio eletrônico. E, dentro dessa relação, está o consumidor, que se relaciona com os fornecedores de produtos ou serviços⁷¹, celebrando contratos de consumo, onde a vinculação se dá por meio da internet, um novo ambiente de comunicação e relacionamento pessoal.

O Código de Defesa do Consumidor provém diretamente da Constituição da República de 1988, e constitui-se de um verdadeiro microsistema jurídico, que se relaciona de maneira multidisciplinar, no qual é aplicável a toda e qualquer relação de consumo, inclusive aos contratos celebrados pelo meio eletrônico, pela internet.

Como bem sabe-se, as normas constitucionais são dotadas de supremacia, tanto é que são consideradas as normas principais do sistema jurídico, no qual não pode ser contrariada por qualquer outra disposição do ordenamento jurídico, possuindo papel importante na teoria das fontes do direito civil.

O estudo da proteção jurídica do consumidor deve ser visto sob uma ótica de ordem pública constitucional, que possui como objetivo a tutela da personalidade e de valores existenciais⁷². O esforço jurídico deve ser empregado para a aplicação direta e efetiva dos valores constitucionais, não apenas no que tange a relação do Estado com o indivíduo, mas também na relação interindividual, situada nos modelos próprios do direito privado.

É importante destacar que o Código de Defesa do Consumidor trata-se de um sistema construído de maneira organizada e com sujeito de proteção bem delimitado. Isso se deve ao fato de que o CDC brasileiro se concentra no sujeito de direitos, visando a sua proteção, assim, é construída normas que a partir dessa ideia irá garantir a proteção de um dos sujeitos na relação de consumo, que é o consumidor. Desse modo, é necessário a existência e atuação dessa Lei com as demais disciplinas referentes as outras matérias, para que seja possível alcançar determinado equilíbrio nas relações de consumo.

O CDC é um microsistema aplicável aos sujeitos mais vulneráveis, definidos como consumidores. Já o novo Código Civil trata-se de um código geral, um sistema que regula as

⁷¹ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. E ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 407-447

⁷² TEPEDINO, Gustavo. Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e complexidade do ordenamento. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 14, n. 56, p. 9-11, out./dez. 2005.

relações estabelecidas pelos iguais, sendo esses sujeitos civis ou empresários. O CDC é lei que veio anteriormente ao Código Civil, de matéria de ordem pública, de interesse social e criada por determinação expressa contida no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT). Ademais, como já mencionado, encontra-se no rol de direitos fundamentais da Constituição Federal de 1988, no seu art. 5º, inc. XXXII, portanto, possui hierarquia de cláusula pétrea.

O CDC trata-se da lei especial da relação de consumo e sua existência é justificada através da desigualdade que existe no mercado, que é um fator que acaba causando desequilíbrio estrutural, exigindo a proteção da parte mais fraca. Esse desequilíbrio decorre também da alta organização inerente as empresas e da conseqüente falta de organização dos consumidores individuais, buscando atender as suas necessidades através do consumo de bens e serviços oferecidos pelo fornecedor.

Essa desigualdade fica ainda mais visível quando se trata dos contratos celebrados a distância por meio eletrônicos. Ao se utilizar esse tipo de contrato, o consumidor, na maioria das situações, não sabe com quem se contrata, nem possui garantia alguma se receberá o produto ou o serviço que adquiriu, ademais, não sabe se os seus direitos de consumidor serão respeitados.

É visível uma necessidade de adequação da legislação existente, que deverá ser complementada por regulamentação específica das peculiaridades e inovações advindas da evolução tecnológica e que estão presentes na rede mundial de computadores, de acordo com uma visão constitucional, possui base no princípio da proibição do retrocesso, recepcionado pela Constituição da República de 1988⁷³.

O princípio da vulnerabilidade é de papel fundamental na regulamentação das relações entre consumidores e fornecedores. A Política Nacional das Relações de Consumo reconhece que o consumidor é a parte mais fraca da relação de consumo que se encontra na posição mais vulnerável, desse modo, deve ser garantido a ele proteção, e o resguardo dos seus direitos.

O referido princípio encontra-se previsto no art. 4º, inc. I do Código de Defesa do Consumidor, possui como objetivo proteger os consumidores nas relações de consumo a fim de evitar que seja construída uma situação de desigualdade entre as partes contratantes. No

⁷³ SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional. 10. ed. Porto Alegre: Liv. Do Advogado, 2009.

qual, “reconhecendo-se a desigualdade existente, busca-se estabelecer uma igualdade real entre as partes nas relações de consumo”⁷⁴.

Porém, cabe ressaltar que essa proteção conferida aos consumidores não fere o princípio da isonomia, visto se tratar de partes desiguais materialmente, então é preciso de normas que acabem buscando restabelecer o equilíbrio e harmonia nas relações de consumo que envolvem o consumidor e fornecedor.

A vulnerabilidade e a hipossuficiência não são conceitos considerados sinônimos, embora ambos tratem do consumidor. A vulnerabilidade se refere de uma característica que decorre da lei e incide sobre todos os consumidores, sem qualquer distinção. Já na hipossuficiência ela está relacionada com o aspecto processual. Para que seja constatada a hipossuficiência do consumidor, é necessário um estudo do caso concreto. Portanto, nem sempre o consumidor será considerado hipossuficiente. Mas todo consumidor é vulnerável, uma vez que essa característica é uma peculiaridade universal de todos os consumidores⁷⁵.

Considerando esse aspecto universal do consumidor, quando é celebrado um contrato de consumo a distância pelo meio eletrônico, e utilizando-se da internet, tem-se o consumidor como a parte mais vulnerável dessa relação de consumo. De modo que as “empresas atuam profissionalmente perante os consumidores leigos, o que os distancia em nível econômico e em nível de conhecimento. O que ocorre no mundo real também se repete no mundo virtual”⁷⁶.

O meio virtual evidencia a vulnerabilidade do consumidor, visto que ele possui limitado as informações que são disponibilizadas pelo fornecedor. Quando é utilizado esse meio, o consumidor não consegue ser relacionar pessoalmente com os fornecedores. Toda a relação ocorre por meio de cliques, numa conduta silenciosa⁷⁷. O consumidor não pode testar o produto, ver sua real dimensão, suas especificações, deve confiar nas informações que deverão ser prestadas pelo fornecedor. Portanto, essas informações devem ser corretas e claras, para que não haja nenhum prejuízo para o consumidor.

Contudo, passado um longo tempo após a vigência do Código de Defesa do Consumidor, esse não regula expressamente os contratos de consumo celebrados a distância

⁷⁴ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p. 46.

⁷⁵ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p. 48.

⁷⁶ LORENZETTI, Ricardo Luis. **Comércio eletrônico**. Tradução de Fabiano Menke. Notas de Claudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 363.

⁷⁷ MARQUES, Claudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 66.

pela internet. Sendo assim, foi instituída a Comissão de Juristas pela Presidência do Senado Federal com o objetivo de trazer atualizações do Código de Defesa do Consumidor em diversos pontos, mas principalmente no tema de comércio eletrônico.

4.2 O Projeto de Lei do Senado n.º 281/2012

A Comissão de Juristas pela Presidência do Senado Federal elaborou a minuta do Projeto de Lei, do Senado n.º 281/2012, que “Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I e do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico”⁷⁸. A ementa do projeto expressa de maneira clara os seus objetivos com o projeto através da seguinte explicação:

[...] estabelecendo que as normas e os negócios jurídicos devem ser interpretados e integrados da maneira mais favorável ao consumidor e dispor sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico, visando a fortalecer a sua confiança e assegurar tutela efetiva, preservar a segurança nas transações, a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais; as normas aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos e serviços por meio eletrônico ou similar; estabelece que o consumidor pode desistir da contratação a distância, no prazo de sete dias a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço; dispõe que caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo ao consumidor; tipifica como infração penal o ato de veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem a expressa autorização de seu titular e consentimento informado, salvo exceções legais⁷⁹.

A opção de realizar pequenas alterações no texto do CDC visa manter toda a sua estrutura principiológica e preparando o diálogo para possíveis leis especiais que venha ver editadas no futuro tratando sobre essa matéria⁸⁰.

O Projeto de Lei n.º 281/2012 buscar reforçar aspectos da interpretação mais favorável ao consumidor também com relação ao comércio eletrônico, ao acrescentar o §2º ao art. 7º do CDC, com a seguinte redação:

⁷⁸ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁷⁹ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁸⁰ PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. PLS 281: proteção do consumidor no comércio eletrônico. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=116238&tp=1>>. Acesso em: 27 ago. 2022.

Art. 7º Os direitos previstos neste Código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

[...]

§ 2º Aplica-se ao consumidor a norma mais favorável ao exercício de seus direitos e pretensões⁸¹.

Já referente a segurança, o Lei n.º 281/2012 visa criar direitos básicos do consumidor, ao propor a introdução dos incisos XI e XII ao art. 6º do CDC, conforme dispõe:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]:

XI – a autodeterminação, a privacidade e a segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico;

XII – a liberdade de escolha, em especial frente a novas tecnologias e redes de dados, sendo vedada qualquer forma de discriminação e assédio ao consumo⁸².

Nesses dois incisos há um acréscimo de robustez na proteção do consumidor, com base na confiança depositada ao se contratar a distância. Os idealizadores do projeto equiparam as compras feitas fora do estabelecimento comercial, em domicílio e a distância para dar maior segurança a essas relações. Desse modo, será equiparada as compras feitas por *sites* estando ou não o consumidor dentro do estabelecimento comercial do fornecedor.

Cabe ressaltar que a alteração principal visada pelo Projeto de Lei do Senado n.º 281/2012 sobre o comércio eletrônico no Código de Defesa do Consumidor é o acréscimo do art. 45-A, inaugurando a Seção VII do Capítulo V (Das Práticas Comerciais) do Título I (Dos Direitos do Consumidor), atualmente inexistente, com o seguinte título “Do Comércio Eletrônico”.

Com base nos termos do art. 45-A, a Seção VII:

dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico, visando a fortalecer a sua confiança e assegurar tutela efetiva, com a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações, a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais⁸³.

Propõe-se a inserção da expressão “a distância” no *caput* do art. 45-A, que passará a contar com a seguinte redação:

⁸¹ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁸² BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁸³ Art. 45-A do Projeto de Lei n.º 282/2012.

Art. 45-A. Esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico *e a distância*, visando a fortalecer a sua confiança e assegurar tutela efetiva, com a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações, a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais.

Parágrafo único. As normas desta Seção aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos e serviços por meio eletrônico ou similar ⁸⁴.

O mencionado artigo dispõe sobre a confiança, liberdade do outro, da parte mais vulnerável da relação e menciona a boa-fé. Possui como principal objetivo “fortalecer a confiança e assegurar a tutela efetiva do consumidor, com a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações, a proteção da autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais” ⁸⁵

Já o art. 45-B do CDC, dispõe que:

Art. 45-B. Sem prejuízo do disposto nos arts. 31 e 3, o fornecedor de produtos e serviços que utilizar o meio eletrônico ou similar deve disponibilizar em local de destaque e de fácil verificação:

I – seu nome empresarial e número de sua inscrição no cadastro geral do Ministério da Fazenda;

II – seu endereço geográfico e eletrônico, bem como as demais informações necessárias para sua localização, contato e recebimento de comunicação e notificações judiciais ou extrajudiciais;

III – preço total do produto ou do serviço, incluindo a discriminação de quaisquer eventuais despesas, tais como a de entrega e seguro;

IV – especificidades e condições da oferta, inclusive as modalidades de pagamento, execução, disponibilidade ou entrega;

V – características essenciais do produto ou do serviço;

VI – prazo de validade da oferta, inclusive do preço;

VII – prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto⁸⁶.

De acordo com a proposta do Projeto de Lei n.º 281/2012, reforça o dever de informação do fornecedor, ao estipular as informações mínimas que devem ser prestadas, para que o consumidor tenha acesso a informações do fornecedor. Considera-se que esse dispositivo será aplicado em conjunto com os arts. 31 e 33 do CDC, sempre por determinação de lei, nos contratos celebrados por meio eletrônicos ou similares. Esse novo artigo traz uma série de requisitos que devem ser cumpridos pelo fornecedor de produtos e serviços que queiram comercializar a distância por meio de contratos eletrônicos.

⁸⁴ Manifestação do Brasilcon e as Propostas da Comissão Especial do Brasilcon de Acompanhamento do Projeto de Atualização do Código de Defesa do Consumidor sobre comércio eletrônico em <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=121282&tp=1>>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁸⁵ PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. PLS 281: proteção do consumidor no comércio eletrônico. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=116238&tp=1>>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁸⁶ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

O art. 45-C do PLS 281/2012, aduz:

Art. 45-C. É obrigação do fornecedor que utilizar o meio eletrônico ou similar:

I – manter disponível serviço adequado, facilitado e eficaz de atendimento, tal com o meio eletrônico ou telefônico, que possibilite ao consumidor enviar e receber comunicações, inclusive notificações, reclamações e demais informações necessárias à efetiva proteção dos seus direitos;

II – confirmar imediatamente o recebimento de comunicações, inclusive a manifestação de arrependimento e cancelamento do contrato, utilizando o mesmo meio empregado pelo consumidor ou outros costumeiros;

III – assegurar ao consumidor os meios técnicos adequados, eficazes e facilmente acessíveis que permitam a identificação e correção de eventuais erros na contratação, antes de finalizá-la, sem prejuízo do posterior exercício do direito de arrependimento;

IV – dispor de meios de segurança adequados e eficazes;

V – informar aos órgãos de defesa do consumidor e ao Ministério Público, sempre que requisitado, o nome e endereço eletrônico e demais dados que possibilitem o contato do provedor de hospedagem bem como dos seus prestadores de serviços financeiros e de pagamento⁸⁷.

Propõe um conjunto de informações específicas que devem ser prestadas pelo fornecedor acerca das características dos produtos e serviços ofertados por meio eletrônicos. Continua, esse artigo, a condicionar a atividade do fornecedor que utiliza o meio eletrônico, uma série de obrigações que deverá ser cumprida. Já o inciso V do referido artigo impõe também o dever de informar aos órgãos de defesa do consumidor, sempre que requisitado, “o nome e endereço eletrônico e demais dados que possibilitem o contato do provedor de hospedagem, bem como dos seus prestadores de serviços financeiros e de pagamento”. Essa previsão se refere a um caso extremo em que o estabelecimento comercial já está sendo objeto de algum processo administrativo ou atuação do Ministério Público.

O art. 45-D, busca evidenciar a proteção da confiança no comércio eletrônico, conforme expressa:

Art. 45-D proposto pelo PLS n.º 281/2012. Na contratação por meio eletrônico ou similar, o fornecedor deve enviar ao consumidor:

I – confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta, inclusive em meio eletrônico;

II – a via do contrato em suporte duradouro, assim entendido qualquer instrumento, inclusive eletrônico, que ofereça as garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação dos dados contratuais, permitindo ainda a facilidade de sua reprodução⁸⁸.

O dispositivo também expressa as condutas impostas ao fornecedor com o objetivo de ampliar o acesso do consumidor a todas as informações referentes ao negócio jurídico realizado pelos meios eletrônicos.

⁸⁷ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁸⁸ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

O art. 45-E presente no PLS 281/2012, veda a prática de *spamming*. O dispositivo evita o envio de mensagens eletrônicas não solicitadas pelo destinatário. Ademais, impõe ao fornecedor o dever de informar, por meio adequado, e que permita ao consumidor, a qualquer tempo, recusar o envio de novas mensagens eletrônicas que não foram solicitadas:

Art. 45-E. É vedado enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que:

I – não possua relação de consumo anterior com o fornecedor e não tenha manifestado consentimento prévio em recebê-la;

II – esteja inscrito em cadastro de bloqueio de oferta; ou III – tenha manifestado diretamente ao fornecedor a opção de não recebê-la.

§ 1º Se houver prévia relação de consumo entre o remetente e o destinatário, admite-se o envio de mensagem não solicitada, desde que o consumidor tenha tido oportunidade de recusá-la.

§ 2º O fornecedor deve informar ao destinatário, em cada mensagem enviada:

I – o meio adequado, simplificado, seguro e eficaz que lhe permita, a qualquer momento, recusar, sem ônus, o envio de novas mensagens eletrônicas não solicitadas; e

II – o modo como obteve os dados do consumidor. § 3º O fornecedor deve cessar imediatamente o envio de ofertas e comunicações eletrônicas ou de dados a consumidor que manifestou a sua recusa em recebê-las.

§ 4º Para fins desta seção, entende-se por mensagem eletrônica não solicitada a relacionada a oferta ou publicidade de produto ou serviço e enviada por correio eletrônico ou meio similar⁸⁹.

§ 5º É também vedado:

I – remeter mensagem que oculte, dissimule ou não permita de forma imediata e fácil a identificação da pessoa em nome de quem é efetuada a comunicação e a sua natureza publicitária.

II – veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem expressa autorização e consentimento informado do seu titular, salvo exceções legais. § 2º O fornecedor deve informar ao destinatário, em cada mensagem enviada:

I – o meio adequado, simplificado, seguro e eficaz que lhe permita, a qualquer momento, recusar, sem ônus, o envio de novas mensagens eletrônicas não solicitadas; e

II – o modo como obteve os dados do consumidor.

§ 3º O fornecedor deve cessar imediatamente o envio de ofertas e comunicações eletrônicas ou de dados a consumidor que manifestou a sua recusa em recebê-las.

§ 4º Para fins desta seção, entende-se por mensagem eletrônica não solicitada a relacionada a oferta ou publicidade de produto ou serviço e enviada por correio eletrônico ou meio similar.

§ 5º É também vedado:

I – remeter mensagem que oculte, dissimule ou não permita de forma imediata e fácil a identificação da pessoa em nome de quem é efetuada a comunicação e a sua natureza publicitária.

II – veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem expressa autorização e consentimento informado do seu titular, salvo exceções legais⁹⁰.

⁸⁹ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁹⁰ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

Essas são algumas disposições propostas para as alterações do Código de Defesa do Consumidor, buscando trazer maior proteção para o consumidor ao realizar contratos de consumo pelo meio eletrônico. Serve também, como forma de atualizar o referido código em decorrência das mudanças advindas da pós-modernidade e do desenvolvimento tecnológico, criando situações que merecem a tutela do ordenamento jurídico.

Por fim, cabe agora reforçar a aplicação do direito de arrependimento do consumidor nos contratos a distância e por meios eletrônicos.

4.3 O reforço do direito de arrependimento do consumidor

Os debates acerca da aplicação do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor aos contratos celebrados por meio eletrônico estaria superado, caso o Congresso acate a integralidade da modificação proposta pela comissão de Juristas na redação do referido artigo, visto que o §2º irá definir os contratos a distância, incluindo-os expressamente os contratos por meios eletrônicos.

A nova redação proposta para o art. 49 do CDC, presente no Projeto de Lei do Senado n.º 281/2012:

Art. 49. O consumidor pode desistir da contratação a distância, no prazo de sete dias a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço, o que ocorrer por último.

§ 1º 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.

§ 2º Por contratação a distância entende-se aquela efetivada fora do estabelecimento, ou sem a presença física simultânea do consumidor e fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone, reembolso postal, por meio eletrônico ou similar.

§ 3º Equipara-se à modalidade de contratação prevista no § 2.º deste artigo aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso ao seu conteúdo.

§ 4º Caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor.

§ 5º Sem prejuízo da iniciativa do consumidor, o fornecedor deve comunicar de modo imediato a manifestação do exercício de arrependimento à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, a fim de que:

I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor;

II – seja efetivado o estorno do valor, caso a fatura já tenha sido emitida no momento da comunicação;

III – caso o preço já tenha sido total ou parcialmente pago, seja lançado o crédito do respectivo valor na fatura imediatamente posterior à comunicação.

§ 6º Se o fornecedor de produtos ou serviços descumprir o disposto no § 1º ou no § 5º, o valor pago será devolvido em dobro.

§ 7º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.

§ 8º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação individualizada e imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

§ 9º O descumprimento dos deveres do fornecedor previstos neste artigo e nos artigos da Seção VII do Capítulo V do Título I desta lei enseja a aplicação pelo Poder Judiciário de multa civil em valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores⁹¹.

Em síntese, essa nova redação do art. 49 do CDC prevê claramente a existência de contratos eletrônicos, inclui também a figura dos contratos acessórios, impõe regras para a devolução em dobro do valor pago, caso o fornecedor de produtos e serviços demore para devolver o valor pago ao consumidor que se arrependeu de ter celebrado o contrato. Cabe também a devolução em dobro caso o fornecedor não comunique imediatamente o arrependimento do consumido a instituição financeira ou para a administradora do cartão de crédito, para que não haja o lançamento na fatura do consumidor, ou para que o valor seja restituído, caso a fatura já tenha sido emitida.

Em reunião realizada pela Comissão Especial do Brasilcon para o Acompanhamento dos Projetos de Atualização do Código de Defesa do Consumidor aderiu a sugestão de ampliar para quatorze dias, sob o argumento de que a normativa trazida “pela Diretiva 2011/83/EU, de outubro de 2011, da Comunidade Europeia, estabelecendo quatorze dias o prazo de arrependimento, o que justifica para periculosidade inerente ao meio (internet)”⁹².

É plenamente aceitável a busca de atualização do Código de Defesa do Consumidor, quanto ao temo do comércio eletrônico, visto que de 1990 até os dias atuais, mudou o sistema jurídico, o Código Civil, tem-se a internet como um novo meio de comunicação e como forma de celebração de contratos, houve mudanças também em diversas outras esferas. Assim, é necessário que o Direito também se atualize e se adapte a essa nova realidade, buscando uma maior efetividade de aplicação das suas normas, que irá garantir uma maior segurança jurídica para todos.

⁹¹ BRASIL. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n.º 281, de 3 de agosto de 2012. Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 12 out. 2022.

⁹² Manifestação do Brasilcon e as Propostas da Comissão Especial do Brasilcon de Acompanhamento do Projeto de Atualização do Código de Defesa do Consumidor sobre comércio eletrônico em <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=121282&tp=1>>. Acesso em: 25 set. 2022.

Há quem defenda a aplicação direta do art. 49 do CDC, levando em conta a distância que o consumidor se encontra do fornecedor, que evidencia a sua vulnerabilidade, outro fator é porque as partes não estão presentes física e simultaneamente, fazendo com que o consumidor não consiga analisar o produto que pretende adquirir, o qual o leva a crer em imagens e representações postas pelo fornecedor no *site* do estabelecimento comercial⁹³.

Já outros doutrinadores entendem que deve haver uma ponderação entre as bases do direito do arrependimento e o sistema europeu. Defendendo a aplicação restritiva do art. 49 do CDC, sustenta a ideia de que esse dispositivo deve ser aplicado nos contratos eletrônicos somente quando for devidamente comprovado o déficit de reflexão de informação do consumidor⁹⁴. Pois, para o autor, nem todos os fornecedores instigam o consumidor a compra por impulso, não justificando assim a aplicação do art. 49 do CDC a qualquer contrato eletrônico. Nessa hipótese, nega-se a faculdade de arrependimento do consumidor nos contratos celebrados pela internet e para impor uma análise casuística dos contratos celebrados.

Pode ser citado também a ponderação de princípios para a aplicação do art. 49 do CDC aos contratos celebrados pela internet. Pois, se observamos a literalidade do artigo, seria aplicável para todo o comércio eletrônico, podendo ser aplicado para todo e qualquer contrato de consumo celebrado pela internet sempre que o consumidor estivesse arrependido⁹⁵. Não seria razoável também a aplicação do direito naqueles contratos de prestação de serviço em que o consumidor é incapacitado de devolver a prestação recebida pelo consumidor. Não sendo possível o retorno para o *status quo ante*.

Uma maneira de garantir maior proteção ao direito presente no art. 49 do CDC, seria inspirado no modelo europeu, que o Brasil alargasse o prazo de reflexão conferido aos consumidores⁹⁶. Desse modo, justifica a dilação do prazo de arrependimento previsto no artigo de sete dias para quatorze dias. Outros países já possuem prazo de reflexão maiores, que beneficiam o consumidor.

⁹³ MARQUES, Claudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 259

⁹⁴ SANTOLIM, Cesar Viterbo Matos. Os princípios de proteção do consumidor e o comércio eletrônico no direito brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 14, n. 55, p. 79, jul./set. 2005.

⁹⁵ COELHO, Fábio Ulhoa. **Direitos do consumidor no comércio eletrônico**. Disponível em: <<http://www.ulhoacoelho.com.br/pt/artigos/doutrina/54-direitos-do-consumidor-no-comercioeletronico.html>>. Acesso em: 19 out. 2022.

⁹⁶ MARQUES, Claudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p. 468-469.

O art. 5º do Decreto n.º 7.962/2013 prevê o dever do fornecedor que disponibilize os meios para o consumidor exerça o direito de arrependimento nos contratos eletrônicos, repetindo aquilo disposto no art. 49 proposto pelo Projeto de Lei do Senado n.º 281/2012.

A contratação celebrada a distância e por meios eletrônicos, inclusive, pela internet, é equiparada aquela contratação realizada por telefone, por força do art. 482, I, do CC/2002. Pode ser realizada entre presentes ou ausentes, podendo ser efetivada fora do estabelecimento comercial e sem a presença física e simultânea do consumidor e do fornecedor. Tudo isso é possível graças aos avanços nos meios de comunicação entre as pessoas.

Assim, busca-se dar maior força ao direito de arrependimento do consumidor que celebra contratos a distância e por meios eletrônicos, para isso, é necessário que o ordenamento jurídico brasileiro, realize algumas alterações e acréscimos aos direitos do consumidor previstos no CDC, e que também adote algumas exceções a aplicação desse direito. Essas alterações buscam reforçar o direito de arrependimento do consumidor, para que os fornecedores respeitem o direito de reflexão dos consumidores, quando estes quiserem e puderem exercer, de modo que os fornecedores não se sintam lesados.

Essa alteração de mudança no art. 49 do CDC busca evitar a banalização da sociedade de consumo, que está massificada nos meios de interação e comunicação a distância e por meios eletrônicos.

Os novos meios de comunicação, criados ao longo do desenvolvimento tecnológico, possibilitaram uma nova forma de comunicação, bem como uma nova forma de celebrar contratos, foi possibilitado que novos produtos passassem a circular na sociedade de consumo em massa, porém, é preciso resguardar o direito de arrependimento do consumidor na celebração dos contratos eletrônicos, seja através de atualizações legislativas, como também um melhor delineamento para os casos onde o direito seja aplicado ou não.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A constatação que se chega ao final é a de que os avanços tecnológicos e as transformações do mundo globalizado é algo da qual não podemos nos afastar, pois estaríamos nos distanciando das facilidades e vantagens advindas desse avanço, o que nos levaria a um verdadeiro retrocesso.

Os avanços, mudanças e demais novidades advindas por meio da disseminação da internet acabou resultando em acentuadas transformações em todas as esferas do saber, o qual necessitam do seu devido amparo pelo ordenamento jurídico, cujo objetivo é o de assegurar uma maior segurança nas relações de consumo realizadas por esse meio, principalmente entre aquelas em que se contrata a distância via a internet.

Cabe ao operador do Direito acompanhar essas transformações e estabelecer normas eficazes, levando em consideração a experiência já adquirida para uma aplicação razoável nesse novo meio de comunicação e contratação, com o objetivo de resolver eventuais controvérsias. Visto que a sociedade atual não pode se afastar da tecnologia, tampouco dos benefícios advindos por ela, o que levaria ao descompasso da sociedade.

O desenvolvimento e disseminação do meio eletrônico necessita de um amparo jurídico e legal no Brasil, como forma de garantir uma maior segurança jurídica e proteção dos direitos das partes mais vulneráveis na celebração de contratos de consumo realizados entre consumidores e fornecedores. Se por um lado, a internet acabou facilitando a troca de informações e de comercialização de produtos e serviços, por outro, acarretou um conjunto de conflitos que devem ser solucionados pelos juristas e intérpretes.

A positivação de direitos e garantias permite com que haja uma maior regulação das compras realizadas pela internet. De modo que não deve haver um vazio jurídico quanto ao tema. Devendo ser utilizado a legislação pertinente no país a respeito.

Entretanto, não se tem ainda um conjunto de dispositivos específicos para tratar sobre o assunto, o que de certo modo acaba deixando parte do tema sem regulamentação própria. Assim, é necessário lutar por um avanço na legislação vigente, que se encontra um pouco desatualizada em face das transformações ocorridas ao longo do tempo. De modo que a matéria seja tratada de maneira expressa no nosso ordenamento jurídico.

Deve-se levar em consideração para o estabelecimento de uma legislação específica a respeito da temática, as experiências europeias sobre o comércio eletrônico, de modo a

garantir maior justiça e segurança nessas relações, visto que é um tema de bastante destaque no contexto mundial, uma vez que a utilização desse meio já se difundiu amplamente ao redor do mundo, sendo um dos modos utilizados em larga escala para a celebração de contratos.

Na presente monografia, foi apresentado as peculiaridades e características de determinados impasses que foram surgindo com de acordo com a evolução da tecnologia, sem a pretensão de esgotar o tema e indicar soluções certas e definitivas. Tem como objetivo levar o tema a discussão de algumas questões pertinentes sobre o assunto estudado, que merecem ser cuidadosamente analisados, principalmente em relação aos contratos de consumo celebrados a distância entre consumidores e fornecedores, utilizando-se a internet como meio, para que seja possível realizarmos uma discussão a respeito de possíveis soluções a serem implementadas.

Sendo os contratos de consumo eletrônicos aqueles contratos de adesão celebrados a distância, entre consumidor e fornecedor, fora do estabelecimento comercial, através de meio eletrônico, podendo ser celebrado por meio do site do fornecedor do produto, considerando ainda, mesmo ocorrendo a celebração por meio de endereço eletrônico, como sendo realizado a distância e fora do estabelecimento, visto que o site do fornecedor não pode ser considerado como o seu estabelecimento comercial, a fim de não aplicar o referido instituto, o que se tem é apenas a representação virtual do estabelecimento, prevalecendo assim, a justificativa para a aplicação do direito de arrependimento nesses contratos.

Tais condições, quanto ao modo de celebração por meio virtual, sem personalidade e de maneira praticamente robótica, destaca a situação de vulnerabilidade em que o consumidor se encontra, o que demanda soluções a esse novo meio de contratar.

Devido as peculiaridades desse meio de contratação, é necessário realizar um reforço quanto a aplicação do direito de arrependimento a esses contratos, de modo a garantir maior segurança para aqueles que contratam pelo meio virtual.

Como proposta para uma possível solução do impasse, tem-se a atualização do Código de Defesa do Consumidor, que, passados mais de trinta anos de sua promulgação, precisa atualizar-se para solucionar os impasses criados com o avanço da tecnologia.

Ademais, é pertinente considerar a possibilidade de se estender o prazo de reflexão do consumidor, de sete dias, conforme art. 49 do CDC, para quatorze dias, a luz da experiência europeia. Bem como, realizar um reforço ao dever de informação imposto aos fornecedores que utilizam o meio eletrônico para dispor de suas atividades, o qual deve dispor aos

consumidores informações mínimas para que o contratante consiga identificar com certa facilidade informações sobre o fornecedor, o objeto do contrato, e demais condições específicas a respeito do produto ou serviço que esteja disposto a adquirir.

Cabe realizar também a positivação de demais direitos básicos destinados ao consumidor, no que se refere a temática do comércio eletrônico. Há a necessidade de concentrar a aplicação desse direito a determinados tipos de contratos, visto que, determinadas situações, não permitem o retorno ao *status quo ante*, devendo assim, serem eliminadas da aplicação do referido direito de arrependimento. Devendo o consumidor ser comunicado, previamente, a respeito do afastamento da aplicação desse direito.

Entretanto, cabe ressaltar que em determinados casos, no qual há a impossibilidade de retorno ao estado anterior, essa não aplicação, em tese, não resulta em exclusão de direitos, mas apenas trata-se de reconhecer que, em determinadas ocasiões, a aplicação do referido instituto não é possível, devido as peculiaridades apresentadas. Na verdade, tal afastamento reforça a aplicação do direito nos casos em que é possível aplicá-lo.

Por fim, é necessário efetuar acréscimos e modificações no corpo do texto de lei vigente, levando em consideração as experiências europeias acerca do tema, para que haja a ampliação de direitos da parte considerada mais vulnerável, a fim de garantir uma maior proteção jurídica e como forma de manter um equilíbrio nas relações contratuais celebradas por meios eletrônicos, especialmente, quando a celebração de contratos de consumo ocorrer utilizando-se a internet.

REFERÊNCIAS

AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. **Extinção dos contratos por incumprimento do devedor**: resolução: de acordo com o novo Código Civil. 2. ed. rev. e atual., 2. tir. Rio de Janeiro: Aide, 2004.

AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. O princípio da igualdade e o direito das obrigações. In: TEPEDINO, Gustavo; FACHIN, Luiz Edson (Coord.). **O direito e o tempo**: embates jurídicos e utopias contemporâneas. Estudos em homenagem ao Professor Ricardo Pereira Lira. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

ALENCAR, Winston Neil Bezerra de. O direito de arrependimento no Código de Defesa do Consumidor. In: MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Direito do consumidor**: vulnerabilidade do consumidor e modelos de proteção: proteção constitucional do consumidor, princípio da vulnerabilidade, superendividamento do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

ALEXY, Robert. **Teoria de los derechos Fundamentales**. Trad. Ernesto Galzón Valdés. Madrid: CEPC, 2002.

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

AMARAL NETO, Francisco dos Santos. **Direito civil**: introdução. 7. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

Antônio Junqueira de Azevedo e Francisco Paulo De Crescenzo Marino. BAPTISTA, Luiz Olavo. Comércio eletrônico: uma visão do direito brasileiro. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo**, São Paulo, n. 94, p. 94, jan./dez. 1999.

AZEVEDO, Antônio Junqueira de. **Negócio jurídico**: existência, validade e eficácia. 4. ed. atual. de acordo com o novo Código Civil. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARBAGALO, Erica Bradini. **Contratos eletrônicos**: contratos formados por meio de redes de computadores; peculiaridades jurídicas da formação do vínculo. São Paulo: Saraiva, 2001.

BAPTISTA, Luiz Olavo. Comércio eletrônico: uma visão do direito brasileiro. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo**, São Paulo, n. 94, p. 83-100, jan./dez. 1999.

BEIJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Direito de arrependimento do consumidor de crédito. Evolução no direito comparado e oportunidade/conveniência da regulamentação nos contratos de crédito consignado. **Revista de Direito do Consumidor**: São Paulo, ano 21, n. 81, p. 267, jan./mar. 2012.

BESSA, Leonardo Roscoe. Proteção contratual. In: BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BITTAR, Eduardo C. B. **O direito na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

BRASIL. **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: 25 out. 2022.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei do Senado nº 281, de 3 de agosto 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. Explicação da ementa. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=106768>. Acesso em: 11 set. 2022.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Direitos do consumidor no comércio eletrônico**. Disponível em: <<http://www.ulhoacoelho.com.br/pt/artigos/doutrina/54-direitos-do-consumidor-no-comercioeletronico.html>>. Acesso em: 25 set. 2022.

COUTO E SILVA, Clovis Veríssimo do. **A obrigação como processo**. São Paulo: J. Bushatsky, 1976.

COUTO E SILVA, Clovis Veríssimo do. **Para uma história dos conceitos no direito civil e no direito processual civil**: a atualidade do pensamento de Otto Karlowa e de Oskar Bülow. São Paulo: Revista de Processo, 1985.

DAVIES, Lars. **Contract Formation on the Internet**: Shattering a few myths. In: EDWARDS, L.; WAELDE, Charlotte. *Law & The Internet*. Oxford: Hart Publishing, 1997. p. 101.

FACHIN, Luiz Edson (Coord.). **O direito e o tempo**: embates jurídicos e utopias contemporâneas. Estudos em homenagem ao Professor Ricardo Pereira Lira. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

FILHO, Sergio Cavaliere. **Programa de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Atlas, 2019.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do Consumidor**: Lei Nº 8.078/1990. 5. ed. rev. atual. Bahia: JusPODVM, 2011.

GAUTRAIS, Vincent. **Une approche théorique des contrats: application à l'échange de documents informatisé**. *Les Cahiers de Droit*, Québec, v. 37, n. 1, p. 152, mars 1996.

GLANZ, Semy. **Internet e contrato eletrônico**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

GOMES, Orlando. **Contratos**. 28. ed. rev. atual. e aum. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

GÓMEZ MONTORO, Angél. La titularidad de derechos fundamentales por personas jurídicas: un intento de fundamentación. **Revista española de derecho constitucional**, n. 65. Madrid, 2002.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. Interpretação e crítica. 3. Ed. São Paulo: Malheiros, 1997.

HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes Novaes; TARTUCE, Flávio. O princípio da autonomia privada e o direito contratual brasileiro. In: _____ (Coord.). **Direito contratual: temas atuais**. São Paulo: Método, 2007.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. p. 301.

JORNADA DE DIREITO CIVIL, [1.], 2002, [Brasília]. Enunciados aprovados na Jornada de Direito Civil: promovida pelo Centro de Estudos Judiciários do Conselho da Justiça Federal no período de 11 a 13 de setembro de 2002, sob a coordenação científica do Ministro Ruy Rosado, do STJ. **Revista da Escola Paulista da Magistratura**, São Paulo, ano 4, n. 1, p. 177-203, jan./jun. 2003.

JÚNIOR, Humberto Theodoro. **Direitos do Consumidor**. 9. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

LAWAND, Jorge José. **Teoria geral dos contratos eletrônicos**. São Paulo: J. de Oliveira, 2003.

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Comércio eletrônico**. Tradução de Fabiano Menke. Notas de Claudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MARQUES, Claudia Lima. **Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor**: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

MARTINEZ, Pedro Romano. **Da cessação do contrato**. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2006.

MARTINS, Guilherme Magalhães. Boa-fé e contratos eletrônicos via Internet. In: TEPEDINO, Gustavo (Coord.). **Problemas de direito civil-constitucional**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000. p. 139.

MEIRELLES, Hely Lopes; WALD, Arnaldo; MENDES, Gilmar Ferreira. **Mandado de segurança e ações constitucionais**. 33. ed. São Paulo: Malheiros, 2010. p. 364.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

NERY JUNIOR, Nelson. Da proteção contratual. In: GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 10. ed. rev., atual. e ref. Rio de Janeiro: Forense, 2011. v. 1, p. 562.

PARENTONI, Leonardo Netto. Direito de arrependimento na Internet e estabelecimento virtual. **Repertório IOB de jurisprudência**: civil, processual, penal e comercial, São Paulo, n. 16, p. 514, 2. 2006.

PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. **PLS 281**: proteção do consumidor no comércio eletrônico. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=116238&tp=1>>. Acesso em: 17 out. 2022.

PIZZIO, Jean-Pierre. Un apport législatif en matière de protection du consentement. La loi du 22 décembre 1972 et la protection du consommateur sollicité à domicile. **Revue Trimestrielle de Droit Civil**, Paris, n. 74, p. 87, 1976.

ROCHA, Roberto Silva da. Natureza jurídica dos contratos celebrados com sites de intermediação no comércio eletrônico. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 16, n. 61, p. 231, jan./mar. 2007.

ROHRMANN, Carlos Alberto. Perspectivas do mercado de valores mobiliários em face dos desenvolvimentos da informática. **Revista da Faculdade de Direito Milton Campos**, Belo Horizonte, n. 5, p. 93, 1998.

ROPPO, Enzo. **O contrato**. Tradução de Ana Coimbra e M. Januário C. Gomes. Coimbra: Almedina, 2009. p. 73.

SANTOLIM, Cesar Viterbo Matos. **Formação e eficácia probatória dos contratos por computador**. São Paulo: Saraiva, 1995.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional. 10. ed. Porto Alegre: Liv. Do Advogado, 2009.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

SOUZA, Miriam Claudia Junqueira de. **Contratos eletrônicos**. Rio de Janeiro: Mauad, 1997.

Tancredo de Almeida Neves, Defesa do consumidor, **Revista de Direito do Consumidor**, v. 77, p. 47-49.

TARTUCE, Flávio. O princípio da autonomia privada e o direito contratual brasileiro. In: _____ (Coord.). **Direito contratual**: temas atuais. São Paulo: Método, 2007. p. 70.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 7. ed. rev. atual. e aum. São Paulo: MÉTODO, 2018. v. Volume Único.

TEPEDINO, Gustavo. Os contratos de consumo no Brasil. In: _____. **Temas de direito civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

TIMM, Luciano Benetti. A prestação de serviços bancários via Internet (*home banking*) e a proteção do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 10, n. 38, p. 84-85, abr./jun. 2001.

UNIÃO EUROPEIA. **Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho**, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspectos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrônico, no mercado interno (“Diretiva sobre comércio eletrônico”). Disponível em: <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:178:0001:0001:PT:PD> F>. Acesso em: 21 ou. 2022.

VIO, Daniel de Ávila. O poder econômico e a obsolescência programada de produtos. **Revista de Direito Mercantil**: industrial, econômico e financeiro, ano 43, n. 133, p. 193, jan./mar. 2004.