



**UNISUL**

**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA**

**ALEXANDRE CESCONETTO FERREIRA**

**CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O DIREITOS DE ARREPENDIMENTO**

Palhoça

2018

**ALEXANDRE CESCO NETTO FERREIRA**

**CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O DIREITOS DE ARREPENDIMENTO**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. **Hernani Luiz Sobierajski**

Palhoça  
2018

**ALEXANDRE CESCO NETTO FERREIRA**

**CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O DIREITO DE ARREPENDIMENTO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de bacharel em Direito e aprovado em sua forma final pelo Curso de Direito da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, 28 de junho de 2018.

---

Prof. e orientador Hernani Luiz Sobierajsk.  
Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Prof. Joel Irineu Lohn  
Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Prof. Hercilio Emerich Lentz  
Universidade do Sul de Santa Catarina

## **TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**

### **CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O DIREITO DE ARREPENDIMENTO**

Declaro, para todos os fins de direito, que assumo total responsabilidade pelo aporte ideológico e referencial conferido ao presente trabalho, isentando a Universidade do Sul de Santa Catarina, a Coordenação do Curso de Direito, a Banca Examinadora e o Orientador de todo e qualquer reflexo acerca desta monografia.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado do trabalho monográfico.

Palhoça, 28 de junho de 2018.

---

Alexandre Cesconetto Ferreira

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todo o corpo docente, administração e funcionários da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, que ajudaram a alcançar o conhecimento durante os meus estudos. E a todos que de alguma forma fizeram parte de minha formação.

## RESUMO

A transformação do panorama mundial na política, economia, sociedade e no direito ocorre de maneira muito veloz. Porém esta transformação não ocorre de maneira homogênea em todas as áreas. Certas áreas evoluíram muito em poucos anos enquanto outras nem tanto. Isto se verifica quando comparamos a evolução do comércio digital e as normas que o regem. O Código de Defesa do Consumidor de 1990, apesar de estar sendo constantemente atualizado através de novas leis e jurisprudência, não consegue acompanhar o desenvolvimento do comércio eletrônico, surgindo várias lacunas a serem preenchidas. Este trabalho irá abordar as relações de consumo e as partes envolvidas, os direitos e deveres de uma relação de consumo, em especial o Direito de Arrependimento nas diversas formas de comércio.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Direito de Arrependimento. Relação de Consumo.

## **ABSTRACT**

The transformation of the world panorama in areas like politics, economics, society and laws occurs very rapidly. However, this transformation does not occur homogeneously in those areas. Certain areas have evolved a lot in a few years while others have not. This is true when we compare the evolution of digital commerce and the laws that rule it. The Brazilian Consumer Protection Code of 1990, despite being constantly updated through new laws and jurisprudence, can not keep pace with the development of e-commerce, with several gaps to be filled. This work will address this issue: consumer relations and the parties involved, the rights and duties of a consumer relationship, especially the Right of Repentance in the various forms of commerce.

Keywords: Brazilian Consumer Protection Laws, Consumer Relations, Right of Repentance.

## **LISTA DE SIGLAS**

ADIN – Ação Direta de Inconstitucionalidade.

ANAC - Agencia Nacional de Aviação Civil

CC/2002 – Código Civil – Lei 10.406/2002.

CDC – Código de Defesa do Consumidor- Lei 8078/1990.

CF/1988 – Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

CONSIF – Confederação Nacional das Instituições Financeiras.

IPI – Imposto de Produtos Industrializados.

PL – Projeto de Lei.

PLS – Projeto de Lei do Senado.

PROCON - Programa de Proteção e Defesa do Consumidor.

REsp. – Recurso Especial.

STF – Supremo Tribunal Federal.

STJ - Superior Tribunal de Justiça



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2 DEFINIÇÃO DAS PARTES ENVOLVIDAS NA RELAÇÃO DE CONSUMO</b> .....	<b>11</b>
2.1 RELAÇÃO DE CONSUMO .....	11
2.2 FORNECEDOR .....	12
<b>2.2.1 Atividades desenvolvidas pelo fornecedor</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.2 Atividades financeiras</b> .....	<b>13</b>
2.3 CONSUMIDOR .....	15
<b>2.3.1 Teoria Finalista e Maximalista</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3.2 Teoria Finalista mitigada</b> .....	<b>19</b>
<b>2.3.3 Consumidor por equiparação</b> .....	<b>21</b>
<b>2.3.4 Vulnerabilidade do consumidor</b> .....	<b>22</b>
<b>3 DIREITOS E DEVERES NA RELAÇÃO DE CONSUMO</b> .....	<b>27</b>
3.1 DIREITO A INFORMAÇÃO .....	27
3.2 DIREITO A TROCA OU SUBSTITUIÇÃO .....	28
3.3 DIREITO AO ACESSO À JUSTIÇA .....	30
3.4 DIREITO A FACILITAÇÃO DA DEFESA DOS SEUS DIREITOS- INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA .....	31
3.5 DIREITO DE ARREPENDIMENTO .....	32
<b>4 DIREITO DE ARREPENDIMENTO</b> .....	<b>33</b>
4.1 HISTÓRICO .....	33
4.2 LOCAL DA COMPRA .....	34
4.3 PORQUE AS PESSOAS SE ARREPENDEM DE UMA COMPRA? .....	35
4.4 LEGISLAÇÃO .....	36
<b>4.4.1 Projeto de Lei 281/2013</b> .....	<b>37</b>
<b>4.4.2 Decreto 7.962/13</b> .....	<b>38</b>
4.6 DEVOLUÇÃO DAS QUANTIAS PAGAS .....	39
4.7 CASOS DIVERSOS .....	41
<b>4.7.1 Direito de arrependimento e passagens aéreas compradas pela internet</b> .....	<b>41</b>
<b>4.7.2. Passagens de ônibus compradas pela internet</b> .....	<b>43</b>
<b>4.7.3 Compra com financiamento bancário</b> .....	<b>44</b>
<b>4.7.4 Contratos de adesão</b> .....	<b>46</b>
4.8 DIREITO AO ARREPENDIMENTO EM OUTROS PAISES .....	47

4.5 CONTAGEM DE PRAZO .....	47
<b>4.8.1 União Europeia .....</b>	<b>48</b>
<b>4.8.2 Estados Unidos .....</b>	<b>49</b>
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>53</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nos primórdios da civilização o comércio se baseava somente em trocas, ainda não havia sido criado o dinheiro. Com a criação do dinheiro o homem passou a utilizar dele para a troca pelos produtos que necessitava. Surgiu então a compra e venda. O comércio evoluiu e surgiu as figuras fornecedor/comerciante/ produtor e na outra ponta a do consumidor/comprador. Veio a revolução industrial e o produtor passou a produzir em série e em grande quantidade, o fornecendo os produtos em largas escalas através do avanço tecnológico, tudo isso fez com que ele buscasse técnicas comerciais mais agressivas que pudessem acompanhar o aumento de produção. Técnicas estas que se mostravam um tanto abusivas, chegando até mesmo a influenciar a vontade do consumidor na hora da compra. Com tudo isso o consumidor se tornava cada vez mais vulnerável às práticas abusivas dos fornecedores. Criaram-se leis a fim de proteger este consumidor. No Brasil este esforço de proteção do consumidor culminou com a Lei 8.078 de 1990, que surgiu para preencher lacunas no ordenamento jurídico brasileiro. Prevista pela Carta Magna de 1988, foi promulgada apenas 2 anos depois. Seu objetivo é regular as relações de consumo, protegendo os consumidores e evitando todas as práticas abusivas que são impostas a estes. Durante este período que o CDC está em vigor, houve vários avanços, seja com a criação e atualização de normas, como também na jurisprudência, ambos serão objetos de estudo neste trabalho. Iremos discorrer sobre importantes conceitos da relação de consumo e aplicá-los a novos tipos de vendas que antes não estavam previstas no CDC, em 1990. A legislação vai se modernizando e novas normas são criadas. As vendas, ditas virtuais, cresceram a tal ponto que respondem por uma parcela importante de tudo que é vendido no Brasil. Hoje existem aplicativos de smartphones e sites na internet onde se pode comprar tudo, algo impensável há 28 anos atrás quando o CDC foi finalizado. Neste trabalho iremos dar especial atenção ao seu artigo 49 que regulamenta o Direito de Arrependimento, que se mostrou eficaz também às vendas feitas através da internet. Este direito dá ao consumidor um prazo de reflexão para que este possa se arrepender e assim desfazer a compra, assim possibilitando que os produtos sejam devolvidos sem que se necessite de um motivo para isso, observado o prazo de 7 dias da aquisição ou recebimento do produto e também de terem sido feitas fora do ambiente físico da loja. A intenção do legislador no CDC foi a de proteger o

consumidor que muitas vezes compra por impulso. Por estar o fornecedor em vantagem na relação de consumo utilizando-se de diversos meios, muitos deles agressivos, torna-se vulnerável o consumidor. O excesso de publicidade, o marketing, faz com que o consumidor tenha seu consentimento alterado. Veremos onde o Direito de Arrependimento pode ser invocado, e onde ele não se encontra pacificado. As possíveis e necessárias alterações e como ele se mostra em outros países.

## 2 DEFINIÇÃO DAS PARTES ENVOLVIDAS NA RELAÇÃO DE CONSUMO

Para que a relação jurídica seja regida pelo Código de Defesa do Consumidor e, por conseguinte possa usufruir do direito de arrependimento, é necessário que haja uma relação de consumo entre as partes. Neste capítulo vamos definir o que é uma relação de consumo, bem como as partes envolvidas nesta relação de consumo.

### 2.1 RELAÇÃO DE CONSUMO

O Direito do Consumidor sempre esteve presente na vida de pessoas físicas e jurídicas, apesar de ser considerado um ramo recente do Direito. No Brasil havia já havia alguma preocupação com o consumidor no império, bem como no Código Civil de 1916<sup>1</sup>, porém ainda insuficiente para disciplinar as relações de consumo e proteger os direitos do consumidor. Já em 1988 com a promulgação da constituição, o art. 5º, inciso XXXII, e art. 170, inciso V, da Constituição Federal determinam que o Estado deve promover a defesa do consumidor bem como a ordem econômica deve ser fundada no princípio de defesa do consumidor. Com isso apenas dois anos após a sua promulgação a Lei 8078/1988<sup>2</sup> (Código de Defesa do Consumidor) entra em vigor. As relações entre fornecedores e consumidores passaram a ser reguladas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC nada mais é que um conjunto de normas que visam a proteção aos direitos do consumidor, ele disciplina as relações e as responsabilidades entre o consumidor final, estabelecendo forma de conduta, prazos, regras e penalidades além dos direitos e deveres que cabem a cada uma das partes. Para que as demandas pudessem ser solucionadas também em esfera administrativa foram criados os PROCON, tornando as soluções mais ágeis.

Apesar de parecer fácil de reconhecer uma relação de consumo, nem sempre é tão simples perceber quando se está diante de uma relação de consumo.

---

<sup>1</sup> BRASIL. **Lei 3.071 de 01 de janeiro de 1916**. Código Civil. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L3071.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L3071.htm)>. Acesso em: 01 junho 2018.

<sup>2</sup> BRASIL. **Lei 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/L8078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm)>. Acesso em: 01 junho 2018.

Para haja esta relação jurídica, é necessário que exista um fornecedor (quem oferece um produto ou serviço) e um consumidor (quem adquire o que foi fornecido). Havendo a incidência do Código de Defesa do Consumidor nesta relação e a existência do fornecedor e consumidor final e entre ambos houver um nexo causal que obrigue um a entregar um produto ou serviço ao outro, aí temos uma relação de consumo.

## 2.2 FORNECEDOR

O CDC no seu art. 3º conceitua o fornecedor:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.<sup>3</sup>

Podemos observar que o dispositivo ao qualificar como fornecedor a pessoa física ou jurídica que exerce determinados ramos de atividade, ele delimita como fornecedor as pessoas que exercem profissionalmente e com continuidade esta atividade. Fica excluído do conceito de fornecedor, e, portanto, não submetido ao CDC, aquele que vendeu um bem móvel ou imóvel e tem atividade diferente do de vender este bem.

Claudia Lima Marques define:

[...] o critério caracterizador é desenvolver atividades tipicamente profissionais, como a comercialização, a produção, a importação, indicando também a necessidade de uma certa habitualidade, como a transformação, a distribuição de produtos. Estas características vão excluir da aplicação das normas do CDC todos os contratos firmados entre dois consumidores, não profissionais, que são relações puramente civis, às quais se aplica o CC/2002. A exclusão parece-me correta, pois o CDC, ao criar direitos para os consumidores, cria deveres, e amplos, para os fornecedores.<sup>4</sup>

Quanto ao fato de ser empresa nacional ou estrangeira, isso é irrelevante. Se a empresa está realizando operações em território nacional, esta deve se submeter ao CDC.

---

<sup>3</sup> 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. Art.3.

<sup>4</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima e MIRAGEM, Bruno, **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. Revista dos Tribunais, 5ª ed., 2017.

### 2.2.1 Atividades desenvolvidas pelo fornecedor

Ainda no art. 3º do CDC<sup>5</sup> temos elencadas as atividades que o fornecedor desenvolve:

- Montagem – Neste tipo de atividade o montador pode ser diverso de quem fabrica e de quem comercializa, porém ambos respondem solidariamente no caso de defeitos. Segundo art. 24 § 2º: Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.”
- Criação – A lei não dá o significado da palavra, acredita-se que se refere a atividade rural.
- Construção – Atividade que tem a finalidade de construir bens imóveis, como casas, apartamentos, estradas, viadutos e obras de arte.
- Transformação – Segundo o regulamento do IPI, é a operação exercida sobre matéria prima ou produto intermediário que importe em uma nova espécie. Pode ser também a apresentação do produto de uma nova forma, ou uma nova embalagem.
- Importação e exportação – A Atividade inerente ao comércio exterior, uma empresa que compra ou vende para outra empresa no mercado exterior.
- Distribuição ou comercialização – Atividade típica dos comerciantes, é o elo entre o produtor e o comprador.

### 2.2.2 Atividades financeiras

E as instituições financeiras, o que se aplicaria a elas? Mesmo com todas as definições de “fornecedor” e “serviço”, ainda assim as instituições financeiras acreditavam que não cabia o conceito de fornecedores numa relação de consumo. Assim por intermédio da Confederação Nacional das Instituições Financeiras (CONSIF) foi ajuizada uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN), a fim de

---

<sup>5</sup> 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. Art.3.

que as atividades de natureza financeira, bancária, securitária e de crédito não fossem abrangidas pelo CDC.

Nesta ação a CONSIF alegava a inconstitucionalidade do artigo 3º, § 2º do CDC; sustentando que os bancos não prestavam aos clientes um serviço mediante remuneração. Pretendia-se que assim as instituições financeiras não sendo abrangidas pelo CDC, não estariam sujeitas ao controle dos PROCONS e com isso estariam dispensadas de uma série de deveres. Podendo se valer de cláusulas abusivas e publicidade enganosa por exemplo.

A pretensão do CONSIF foi julgada improcedente pelo Supremo Tribunal Federal (STF) por nove votos a dois. As instituições financeiras devem obedecer ao CDC.

Ficou, desta forma, reconhecida a vulnerabilidade do consumidor diante desta relação de consumo, pois a instituição financeira configura a outra parte, na qualidade de fornecedor.

Segue a Ementa da decisão do STF:

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. ART. 5º, XXXII, DA CB/88. ART. 170, V, DA CB/88. INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS. SUJEIÇÃO DELAS AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, EXCLUÍDAS DE SUA ABRANGÊNCIA A DEFINIÇÃO DO CUSTO DAS OPERAÇÕES ATIVAS E A REMUNERAÇÃO DAS OPERAÇÕES PASSIVAS PRATICADAS NA EXPLORAÇÃO DA INTERMEDIÇÃO DE DINHEIRO NA ECONOMIA [ART. 3º, § 2º, DO CDC]. MOEDA E TAXA DE JUROS. DEVER-PODER DO BANCO CENTRAL DO BRASIL. SUJEIÇÃO AO CÓDIGO CIVIL. 1. As instituições financeiras estão, todas elas, alcançadas pela incidência das normas veiculadas pelo Código de Defesa do Consumidor. 2. "Consumidor", para os efeitos do Código de Defesa do Consumidor, é toda pessoa física ou jurídica que utiliza, como destinatário final, atividade bancária, financeira e de crédito. 3. O preceito veiculado pelo art. 3º, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor deve ser interpretado em coerência com a Constituição, o que importa em que o custo das operações ativas e a remuneração das operações passivas praticadas por instituições financeiras na exploração da intermediação de dinheiro na economia estejam excluídas da sua abrangência. 4. Ao Conselho Monetário Nacional incumbe a fixação, desde a perspectiva macroeconômica, da taxa base de juros praticável no mercado financeiro. 5. O Banco Central do Brasil está vinculado pelo dever-poder de fiscalizar as instituições financeiras, em especial na estipulação contratual das taxas de juros por elas praticadas no desempenho da intermediação de dinheiro na economia. 6. Ação direta julgada improcedente, afastando-se a exegese que submete às normas do Código de Defesa do Consumidor [Lei n. 8.078/90] a definição do custo das operações ativas e da remuneração das operações passivas praticadas por instituições financeiras no desempenho da intermediação de dinheiro na economia, sem prejuízo do controle, pelo Banco Central do Brasil, e do controle e revisão, pelo Poder Judiciário, nos termos do disposto no Código Civil, em cada caso, de eventual abusividade, onerosidade excessiva ou outras distorções na composição contratual da taxa de juros. ART. 192, DA CB/88. NORMA-OBJETIVO. EXIGÊNCIA DE LEI COMPLEMENTAR



EXCLUSIVAMENTE PARA A REGULAMENTAÇÃO DO SISTEMA FINANCEIRO. 7. O preceito veiculado pelo art. 192 da Constituição do Brasil consubstancia norma-objetivo que estabelece os fins a serem perseguidos pelo sistema financeiro nacional, a promoção do desenvolvimento equilibrado do País e a realização dos interesses da coletividade. 8. A exigência de lei complementar veiculada pelo art. 192 da Constituição abrange exclusivamente a regulamentação da estrutura do sistema financeiro. CONSELHO MONETÁRIO NACIONAL. ART. 4º, VIII, DA LEI N. 4.595/64. CAPACIDADE NORMATIVA ATINENTE À CONSTITUIÇÃO, FUNCIONAMENTO E FISCALIZAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS. ILEGALIDADE DE RESOLUÇÕES QUE EXCEDEM ESSA MATÉRIA. 9. O Conselho Monetário Nacional é titular de capacidade normativa --- a chamada capacidade normativa de conjuntura --- no exercício da qual lhe incumbe regular, além da constituição e fiscalização, o funcionamento das instituições financeiras, isto é, o desempenho de suas atividades no plano do sistema financeiro. 10. Tudo o quanto exceda esse desempenho não pode ser objeto de regulação por ato normativo produzido pelo Conselho Monetário Nacional. 11. A produção de atos normativos pelo Conselho Monetário Nacional, quando não respeitem ao funcionamento das instituições financeiras, é abusiva, consubstanciando afronta à legalidade. (ADI. 2591) <sup>6</sup>

Com isso ficou pacificado que deve o CDC proteger a sociedade contra o poder econômico abusivo e garantir o equilíbrio nas relações de consumo com instituições financeiras.

Assim, estava correta a aplicação do CDC nas relações de consumo desta natureza. Um dos poucos segmentos que ainda restava algum tipo de dúvida a este respeito – o Sistema Financeiro.

### 2.3 CONSUMIDOR

O conceito de consumidor é o que mais suscita divergências, sendo objeto de teorias, as quais veremos a seguir.

Segundo o CDC no seu artigo 2º: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. “

Nos artigos 2º, § único, 17 e 29 do CDC, a lei consumerista equiparou terceiros a consumidores, conforme vemos a seguir:

ART. 2º, § único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que hajam intervindo nas relações de consumo.  
ART. 17 Para os efeitos desta Seção, que cuida da responsabilidade dos

---

<sup>6</sup> BRASIL. Brasília. Supremo Tribunal Federal. ADI: 2591 DF, Relator: CARLOS VELLOSO, Data de Julgamento: 07/06/2006, Tribunal Pleno, Data de Publicação: DJ 29-09-2006 PP-00031 EMENT VOL-02249-02 PP-00142. Disponível em: <<http://www.stf.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

fornecedores, pelo fato do produto e do serviço, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento. ART. 29 Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.<sup>7</sup>

### 2.3.1 Teoria Finalista e Maximalista

Pode-se verificar que o conceito adotado quando da criação do CDC foi exclusivamente econômico, haja vista que foi levado apenas em consideração a parte da relação que adquire bens e serviços como destinatário final. A fim de conceituar o consumidor criaram-se duas teorias, a finalista e a maximalista.

#### 1º Teoria – Finalista:

Por esta teoria, o destinatário final é todo aquele faz uso do bem ou serviço como consumidor final fático e econômico.

Consumidor final fático é quem adquire um serviço ou bem para o seu próprio uso; o termo econômico significa que aquilo que foi adquirido finda seu ciclo econômico na pessoa do adquirente, não sendo colocado no mercado consumidor novamente.

Claudia L. Marques e Antônio H. V. Benjamim definem, segundo a teoria finalista, o conceito de “destinatário final” do art. 2º do CDC:

O destinatário final é o consumidor final, o que retira o bem do mercado ao adquirir ou simplesmente utilizá-lo (destinatário final fático), aquele que coloca um fim na cadeia de produção (destinatário final econômico) e não aquele que utiliza o bem para continuar a produzir, pois ele não é consumidor final, ele está transformando o bem, utilizando o bem, incluindo o serviço contratado no seu, para oferecê-lo por sua vez ao seu cliente, seu consumidor, utilizando-o no seu serviço de construção, nos seus cálculos do preço, como insumo da sua produção.<sup>8</sup>

José Geraldo Brito Filomeno propugna:

[...] a inclusão das pessoas jurídicas igualmente como 'consumidores de produtos e serviços, embora com a ressalva de que assim são entendidas aquelas como destinatárias finais dos produtos e serviços que adquirem, e

---

<sup>7</sup> 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. Art.2 § único, Art. 17. Art. 29.

<sup>8</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2017, pág. 122/123.

não como insumos necessários ao desempenho de sua atividade lucrativa”.<sup>9</sup>

Em resumo, para os finalistas, o consumidor é somente aquele que adquire o bem ou o serviço para uso próprio, a fim de satisfazer uma necessidade pessoal e não com intenção de colocar novamente no mercado consumidor ou numa nova cadeia de produção.

Segue abaixo decisão da 2º Seção do STJ que aplica a teoria finalista, não se sujeitando ao CDC a empresa que se utilizou de crédito de uma instituição financeira:

Conflito de competência. Sociedade empresária. Consumidor. Destinatário final econômico. Não ocorrência. Foro de eleição. Validade. Relação de consumo e hipossuficiência. Não caracterização. 1 - A jurisprudência desta Corte sedimenta-se no sentido da adoção da teoria finalista ou subjetiva para fins de caracterização da pessoa jurídica como consumidora em eventual relação de consumo, devendo, portanto, ser destinatária final econômica do bem ou serviço adquirido (REsp nº 541.867/BA). 2 - Para que o consumidor seja considerado destinatário econômico final, o produto ou serviço adquirido ou utilizado não pode guardar qualquer conexão, direta ou indireta, com a atividade econômica por ele desenvolvida; o produto ou serviço deve ser utilizado para o atendimento de uma necessidade própria pessoal do consumidor. 3 - No caso em tela, não se verifica tal circunstância, porquanto o serviço de crédito tomado pela pessoa jurídica junto à instituição financeira decerto foi utilizado para o fomento da atividade empresarial, no desenvolvimento da atividade lucrativa, de forma que a sua circulação econômica não se encerra nas mãos da pessoa jurídica, sociedade empresária, motivo pelo qual não resta caracterizada, in casu, relação de consumo entre as partes. 4 - Cláusulas de eleição de foro legal e válida, devendo, portanto, ser respeitada, pois não há qualquer circunstância que evidencie situação de hipossuficiência da autora da demanda que possa dificultar a propositura da ação no foro eleito. 5 - Conflito de competência conhecido para declarar competente o Juízo Federal da 12ª Vara da Seção Judiciária do Estado de São Paulo.”<sup>10</sup>

Por utilizar do crédito para fomento de sua atividade, a empresa não pode se sujeitar as normas relativas ao foro de propositura da ação previstas no CDC.

Na decisão a seguir da 1ª Câmara Cível do TJ/AL aplica a teoria finalista, desta vez em favor da empresa consumidora:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. CONSUMIDOR. APLICAÇÃO DAS NORMAS DO CDC. PEDIDO DE INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. PESSOA JURÍDICA COMO CONSUMIDORA. POSSIBILIDADE.

<sup>9</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. Rio de Janeiro, Editora Forense Universitária, 3ª ed. p.67.

<sup>10</sup> BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. - CC nº 92.519/SP - CONFLITO DE COMPÉTENCIA 2007/0290797-4, tendo como relator o Ministro Fernando Gonçalves, da 2º Seção do STJ, j. De 16.02.2009, DJe de 04.03.2009. Disponível em: <<https://www.stj.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

CONFIGURADA, IN CASU, A HIPOSSUFICIÊNCIA TÉCNICA DA EMPRESA, EM RELAÇÃO À OPERADORA DE CARTÃO DE CRÉDITO. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO. 1. Muito se discute acerca da relação jurídica de consumo. Diversas teorias surgiram em torno dos arts. 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor, os quais definem, ex lege, o que se entende por consumidor, fornecedor e produto/serviço de consumo. Basicamente, duas grandes teorias surgiram: a maximalista (objetiva) ou finalista (subjéctiva). A teoria que prevaleceu foi a segunda, a teoria finalista. Para essa corrente relação de consumo seria aquela onde o consumidor se apresenta como destinatário final do produto, atendendo a uma necessidade pessoal e sem que coloque novamente o produto ou serviço na cadeia de consumo. Contudo, temperamentos também já foram feitos. É que, por vezes, uma empresa, que no mercado figura normalmente como fornecedora, pode vir a se configurar como consumidora ou assemelhada, em face de seus próprios fornecedores. Assim, pode-se falar que, em geral, os contratos firmados entre empresários estão sujeitos à disciplina geral do Código Civil, aplicando-se lhe, no entanto, o Código de Defesa do Consumidor em duas hipóteses: se um dos empresários contratantes é consumidor, no conceito do art. 2º do CDC, ou se está, perante o outro, em situação de vulnerabilidade análoga à dos consumidores. Dessa forma, ainda que a agravada seja pessoa jurídica e utilize os serviços da agravante como insumo de suas atividades empresariais, pode-se aplicar o CDC no caso de estar demonstrada a sua fragilidade (vulnerabilidade/hipossuficiência) em relação à agravante. Recurso conhecido e não provido. (Agravo de instrumento 00064743920128020000 AL 0006474-39.2012.8.02.0000).<sup>11</sup>

A pessoa jurídica por ser considerada consumidor final tem o direito da Inversão do ônus da Prova previsto no CDC

A Teoria Finalista é a mais aceita nos tribunais e pelos juristas, porém estamos longe de ter uma unanimidade.

2º Teoria – Maximalista:

Segundo esta teoria a expressão destinatário final deve ser entendido como destinatário fático do produto ou serviço, podendo ser inclusive uma pessoa jurídica que retira um produto do mercado, fazendo uso e o consumindo. Um exemplo seria uma microempresa que compra luminárias para seu escritório. Neste caso verifica-se a vulnerabilidade.

Os defensores desta teoria acreditam que a interpretação do art. 2º deve ser extensiva, a fim de que as normas do CDC sejam aplicadas por um número maior de pessoas na cadeia de consumo.

Tal teoria vê no CDC uma lei capaz de regular o mercado de consumo brasileiro, e não apenas proteger aqueles consumidores não profissionais.

---

<sup>11</sup> BRASIL. Alagoas. Tribunal de Justiça de Alagoas. - AI: 00064743920128020000 AL 0006474-39.2012.8.02.0000, Relator: Des. Tutmés Airan de Albuquerque Melo, Data de Julgamento: 29/04/2013, 1ª Câmara Cível, Data de Publicação: 05/06/2013. Disponível em: <<https://tj-al.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/125572076/agravo-de-instrumento-ai-64743920128020000-al-0006474-3920128020000>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

### 2.3.2 Teoria Finalista mitigada

A teoria finalista muitas vezes chega a ser injusta. Excluindo pessoas e microempresas da proteção do CDC, que na verdade estariam em desvantagem na relação, sendo consideradas vulneráveis.

Bruno Miragem afirma:

Para aplicação da legislação no âmbito do Direito do Consumidor, a doutrina majoritária brasileira baseia-se na teoria finalista, a qual define que consumidor será a pessoa física ou jurídica, que adquira ou utilize o produto ou serviço como destinatário final fático e econômico.<sup>12</sup>

Entretanto para proteger estas pessoas a fim de ampará-las através do código de defesa do consumidor, especialmente, as empresas que não são destinatárias finais de serviço ou produto, surgiu a denominada teoria finalista mitigada ou aprofundada. É uma corrente doutrinária e jurisprudencial oriunda de decisões do STJ, que vem sendo replicada amplamente nos julgamentos brasileiros.

A teoria finalista mitigada define o consumidor de forma mais ampla, considerando que uma empresa ou pessoa empresária também pode ser considerada consumidora, não importando esta adquirir produto sem ser destinatário final.

Em decisão da Terceira turma do STJ, foi utilizada a teoria finalista mitigada, neste caso justificada pela prática abusiva da empresa fornecedora:

DIREITO DO CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. CONCEITO DE CONSUMIDOR. CRITÉRIO SUBJETIVO OU FINALISTA. MITIGAÇÃO. PESSOA JURÍDICA. EXCEPCIONALIDADE. VULNERABILIDADE. CONSTATAÇÃO NA HIPÓTESE DOS AUTOS. PRÁTICA ABUSIVA. OFERTA INADEQUADA. CARACTERÍSTICA, QUANTIDADE E COMPOSIÇÃO DO PRODUTO. EQUIPARAÇÃO (ART. 29). Decadência. Inexistência. Relação jurídica sob a premissa de tratos sucessivos. Renovação do compromisso. Vício oculto. - A relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus polos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. - Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações

---

<sup>12</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª ed. rev. atual. E ampl. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014 p.88.

entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo. - São equiparáveis a consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas. - Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide (inovação recursal). Recurso especial não conhecido. Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Ministros da TERCEIRA TURMA do Superior Tribunal de Justiça, na conformidade dos votos e das notas taquigráficas constantes dos autos, por unanimidade, não conhecer do recurso especial. Os Srs. Ministros Castro Filho, Antônio de Pádua Ribeiro, Humberto Gomes de Barros e Carlos Alberto Menezes Direito votaram com a Sra. Ministra Relatora. (Recurso Especial 476.428 SC 2002 014.624-5)<sup>13</sup>

Nesta decisão a seguir do TJ/DFT de 2017, utilizou-se a Teoria finalista mitigada para o reconhecimento do dano moral a pessoa jurídica.

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL. PROCESSUAL CIVIL. DIREITO CIVIL E DO CONSUMIDOR. DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. PAGAMENTO DE PRESTAÇÃO EM DUPLICIDADE. COMUNICAÇÃO. SOLICITAÇÃO DE COMPENSAÇÃO. AUSÊNCIA DE BAIXA. INSCRIÇÃO INDEVIDA EM CADASTRO DE INADIMPLENTES. PESSOA JURÍDICA. DANO MORAL CARACTERIZADO. 1. Apelação interposta da r. sentença, proferida na ação de declaração de inexistência de débito cumulada com reparação por danos morais, que julgou improcedentes os pedidos formulados na inicial. 2. Conforme corrente finalista mitigada, equipara-se à condição de consumidor as pessoas jurídicas que, embora não sejam destinatárias finais do produto ou serviço adquirido, revelem vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica em relações de consumo estranhas à sua especialidade. 3. Presente toda a documentação necessária ao exame e julgamento da demanda, torna-se dispensável a inversão do ônus da prova - até mesmo porque, no caso, ela ensejaria a produção de prova negativa pela ré. 4. No caso, o consumidor efetuara o pagamento de trinta e seis parcelas de seu financiamento, contudo, com o equívoco que uma delas ficara em aberto, já que efetuara o pagamento de outra em duplicidade. Nada obstante, considerava-se em dia com suas obrigações, não recebera qualquer negativa da instituição bancária ao pedido de compensação dos valores, razão pela qual se mostra indevida a inscrição de seu nome em cadastro de inadimplentes justamente após ele ter entrado em contato com a instituição financeira visando a adequada compensação. 5. A Súmula 227 do STJ enuncia que a pessoa jurídica, assim como a pessoa física, é capaz de sofrer lesão de natureza moral, sendo necessário, em tais casos, que a ofensa atinja a sua honra objetiva, ou seja, que a violação atinja a sua reputação ou o seu nome no meio comercial em que atue. 6. O quantum indenizatório deve estar em consonância com a razoabilidade e a proporcionalidade e cumprir à finalidade compensatório-pedagógica, de modo que, no caso, o valor de R\$3.000,00 (três mil reais) irá recompor devidamente o apelante-autor pelos danos suportados. 7. Apelação do autor conhecida e provida. (Acórdão n. 1068365).<sup>14</sup>

<sup>13</sup> BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. - Recurso Especial 476.428 SC 2002 014.624-5. Julgamento: 18/04/2005 Órgão Julgador: T3 - TERCEIRA TURMA Publicação: DJ 09.05.2005. Disponível em: <<https://www.stj.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

<sup>14</sup> BRASIL. Distrito Federal. TJ/DFT Acórdão n. 1068365. Relator Des. César Loyola, 2ª Turma Cível TJ/DFT, data de julgamento: 13/12/2017, publicado no DJe: 19/12/2017. Disponível em: <<http://tjdft.jus.br/institucional/jurisprudencia/jurisprudencia-em-foco/cdc-na-visao-do-tjdft-1/definicao->

Assim, o CDC reconhece como consumidoras além da pessoa física, a pessoa jurídica, bem como a coletividade de pessoas. Desta forma, se alguma destas adquirir ou utilizar produtos ou serviços como destinatários finais (teoria finalista), encerrando o processo, serão considerados consumidores. De um modo geral o consumidor é o que exerce o papel de comprador ou usuário de um serviço, dentro de uma relação de consumo e que seja o destinatário final. Destinatário final é aquele que adquire um produto ou se utiliza de um serviço a fim de satisfazer uma necessidade pessoal ou um a necessidade enquanto pessoa jurídica, que não esteja vinculada as suas atividades. Uma empresa que compra uma peça a fim de ser utilizada e transformada em outra para ser vendida, e sua atividade é a montagem ou transformação destas peças, não pode ser considerada um consumidor. No caso de uma empresa de construção comprar luminárias para uso em seus escritórios e estas vierem com defeitos, ela está fazendo o papel de consumidor pois é o destinatário final, já no caso de em uma de suas construções estas mesmas luminárias forem compradas e utilizadas nas obras, ela não pode ser considerada consumidora, pois o consumidor final é o comprador no imóvel.

O consumidor, por ser a parte vulnerável na relação de consumo, é a parte protegida pelo CDC. Já que o objetivo do CDC é proteger de maneira especial este por que é mais vulnerável. Alguns acreditam que certas empresas, por não caracterizarem pela vulnerabilidade, não poderiam ser consideradas consumidoras, mesmo quando destinatários finais dos produtos. Isso só seria possível para empresas micro e pequenas empresas enquanto consumidoras finais. Porém o entendimento da maioria é que independente do tamanho da empresa o que caracteriza ser ou não consumidor é o destino dos produtos e serviços.

### **2.3.3 Consumidor por equiparação**

Ainda sobre a questão discutida, é importante e essencial destacar o art. 17 do CDC, pois ele contempla os indivíduos que não fazem parte do contrato.

Art. 17. “Para efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”.

Nota-se que o artigo equipara o consumidor a toda pessoa, seja física ou jurídica, desde que sofra um dano devido a um defeito do produto ou serviço. Assim, mesmo que não seja a consumidora do produto ou serviço defeituoso, poderá ajuizar uma ação contra o fornecedor, por estar amparada pelo Código de Defesa do Consumidor.

Já o art. 29, que abre o capítulo referente à proteção contratual.

Art. 29. “Para efeitos deste capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”.

Resumidamente, o artigo disposto acima, podemos dizer que qualquer pessoa que for vítima de práticas abusivas é considerada consumidora, mesmo não sendo o destinatário final.

Como esclarece o doutrinador Rizzato Nunes:

a definição de consumidor do CDC começa no individual, mais concreto (art. 2º, caput), e termina no geral, mais abstrato (art.29). Isto porque, logicamente falando, o caput do art. 2º aponta para aquele consumidor real que adquire concretamente um produto ou um serviço, e o art. 29 indica o consumidor do tipo ideal, um ente abstrato, uma espécie de conceito difuso, na medida em que a norma fala da potencialidade, do consumidor que presumivelmente existia, ainda que possa não ser determinado.<sup>15</sup>

Podemos concluir que para reclamar dos vícios do produto somente o destinatário final; porém quanto aos fatos do produto ou das praticas abusivas, qualquer um poderá fazê-lo pelas normas do CDC.

#### **2.3.4 Vulnerabilidade do consumidor**

Em relação à vulnerabilidade, esta pode ocorrer devido uma série de fatores. Devido a fatores econômicos (superioridade financeira do fornecedor), técnicos (pouco conhecimento e informações acerca do produto comercializado) e jurídicos.

---

<sup>15</sup> NUNES. Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**, 2.ed.rev.mod. e atual. São Paulo. Saraiva, 2005. p.72.



Portanto, é necessário analisar a situação em separado, a fim de dar o devido tratamento a cada caso.

O consumidor sempre é o elo mais fraco da economia. O consumidor por não possuir o controle sobre a produção, ele acaba se submetendo ao controle dos produtores-fornecedores.

Ambas as teorias possuem grandes defensores e estão muito bem argumentadas, porém existem grandes falhas, que não podem ser nenhuma nem outra consideradas ideais.

Exemplificando, no caso da Teoria Finalista, imaginemos uma dona de casa que compra um fogão a fim de produzir congelados para vizinhança. Por esta teoria, caso necessitasse não poderia se valer do CDC, pois o fogão seria utilizado na produção de seus produtos alimentícios, não sendo considerada uma consumidora. Assim sua relação não mais seria regida pelo CDC e sim pelo CC. Dificultando ela de exercitar seus direitos apesar de ela ser o elo mais fraco nessa relação jurídica.

Os críticos da Teoria Maximalista alegam que a sua proteção abrange demasiadamente as relações de consumo, não representando o que deveria ser a finalidade da lei consumerista. Vamos dizer que ao invés de ser uma dona de casa uma empresa de médio porte compra equipamentos de uma microempresa para a produção de seus produtos alimentícios. Quem estaria em vulnerabilidade? Poderia ser considerada consumidora esta empresa? De acordo com esta teoria, sim. Ela está amparada pelo CDC, mesmo estando em vantagem econômica em relação a microempresa.

Por isso é importante que seja utilizado a teoria adequada ao caso concreto, pois desta relação, consumerista ou não, advém todos os seus reflexos, como a responsabilidade do fornecedor, a inversão do ônus da prova, entre outros.

A vulnerabilidade do consumidor é o ponto primordial a ser levado em conta na relação entre as partes.

Em alguns casos nos quais, apesar de utilizar o bem para exercício profissional, deu-se sentença favorável a esta pessoa jurídica ou profissional por levar em conta a teoria da vulnerabilidade que caracteriza o direito do consumidor.

A caracterização e conceituação de consumidor mencionada podem ser observadas quando do julgamento do Resp. n. 716.877, ementa abaixo:

Processo civil e Consumidor. Rescisão contratual cumulada com indenização. Fabricante. Adquirente. Freteiro. Hipossuficiência. Relação de consumo. Vulnerabilidade. Inversão do ônus probatório. - Consumidor é a pessoa física ou jurídica que adquire produto como destinatário final econômico, usufruindo do produto ou do serviço em benefício próprio. - Excepcionalmente, o profissional freteiro, adquirente de caminhão zero quilômetro, que assevera conter defeito, também poderá ser considerado consumidor, quando a vulnerabilidade estiver caracterizada por alguma hipossuficiência quer fática, técnica ou econômica. - Nesta hipótese esta justificada a aplicação das regras de proteção ao consumidor, notadamente a concessão do benefício processual da inversão do ônus da prova. Recurso especial provido (Recurso Especial. 716.877).<sup>16</sup>

Já aqui segue decisão negando o status de consumidor, haja vista a não vulnerabilidade e também não ser o destinatário final, seguindo a teoria finalista:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. INTERPRETAÇÃO CONFORME A TEORIA FINALISTA ATENUADA. AUSÊNCIA DE VULNERABILIDADE DO VAREJISTA. PRODUTOS DISPONIBILIZADOS AO CONSUMIDOR FINAL QUE INTEGRA A CADEIA DE PRODUÇÃO OU SERVIÇO. NÃO APLICAÇÃO DO PERGAMINHO CONSUMERISTA AO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO DE COMBUSTÍVEL. FORNECIMENTO DE DERIVADOS DO PETRÓLEO. CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDADE E ESTIPULAÇÃO DO PREÇO CONFORME INFORMAÇÃO DO PODER PÚBLICO. AUSÊNCIA DE POTESTATIVIDADE OU ILEGALIDADE. INTERESSE PÚBLICO E PROTEÇÃO AO DIREITO DE INFORMAÇÃO DO CONSUMIDOR. INTELIGÊNCIA DO ART. 8º, INCISO I, DA LEI N. 9.478/97; ART. 20, INCISO VI, DO DECRETO N. 5.267/04; ART. 1º, INCISO II, DA RESOLUÇÃO N. 1, DE 8-3-05, DO CONSELHO NACIONAL DE POLÍTICAS E ENERGÉTICAS. INFORMAÇÃO MENSAL PELA AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO DO PREÇO MÍNIMO DOS PRODUTOS DERIVADOS DO PETRÓLEO. NÃO DEMONSTRAÇÃO PELO AGRAVANTE DA DISCREPÂNCIA DO PREÇO DE COMPRA COM O PRATICADO PELO DISTRIBUIDOR DO COMBUSTÍVEL. MANUTENÇÃO DOS BENS OBJETO DO CONTRATO DE COMODATO. TRANSMUDAÇÃO DO POSTO PARA "BANDEIRA BRANCA". INFRAÇÃO CONTRATUAL. DESVIRTUAMENTO DA FINALIDADE DO EMPÉSTIMO DOS BENS. INEXISTÊNCIA DE PROVA DE TURBAÇÃO DA POSSE. RECURSO DESPROVIDO. Vistos, relatados e discutidos estes autos de Agravo de Instrumento n., da 1ª Vara da Comarca de Palhoça, em que é agravante Auto Posto Esquina Ltda., e agravado Esso Brasileira de Petróleo Ltda.: ACORDAM, em Quarta Câmara de Direito Comercial, por votação unânime, negar provimento ao Recurso. Custas legais. (Agravo de Instrumento n AI 59066 SC 2007.005906-6)<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. - Recurso Especial 716.877. Relator: Ministra Nancy Andrighi, Data de Julgamento: 10/02/2009, T3 - TERCEIRA TURMA Data de Publicação: DJ 23/04/2007 p. 257. Disponível em: <<https://www.stj.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

<sup>17</sup>BRASIL. TJ-SC - AI: 59066 SC 2007.005906-6, Relator: José Carlos Carstens Köhler, Data de Julgamento: 27/05/2009, Quarta Câmara de Direito Comercial, Data de Publicação: Agravo de Instrumento n. , de Palhoça. Disponível em: < <https://tj-sc.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/6537126/agravo-de-instrumento-ai-59066-sc-2007005906-6/inteiro-teor-12639054?ref=serp>>. Acesso em: 12jun. 2018.

O que conclui é que quando o sujeito passivo for pessoa jurídica, para poder postular em juízo como consumidora, há de se comprovar a hipossuficiência e o estado de vulnerabilidade ao adquirir um bem ou serviço caso utilize os profissionalmente, já no caso de adquirir um bem ou serviço, mas que não foi utilizado em sua cadeia de produção ela sempre será considerada consumidora.

O consumidor, por ser a parte vulnerável na relação de consumo, é a parte protegida pelo CDC. Já que o objetivo do CDC é proteger de maneira especial este por que é mais vulnerável. Alguns acreditam que certas empresas, por não caracterizarem pela vulnerabilidade, não poderiam ser consideradas consumidoras, mesmo quando destinatários finais dos produtos. Isso só seria possível para empresas micro e pequenas empresas enquanto consumidoras finais. Porém o entendimento da maioria é que independente do tamanho da empresa o que caracteriza ser ou não consumidor é o destino dos produtos e serviços.

A professora Cláudia Lima Marques<sup>18</sup> elenca quatro tipos de vulnerabilidade, que são:

Vulnerabilidade informacional: Muitas vezes o consumidor é lesado no seu direito à informação, não somente pela falta dela, mas porque a informação disponível é demasiada, tendenciosa, manipuladora e inadequada.

Pelo fato de ela ser responsável por diversos danos ao consumidor, é a modalidade de vulnerabilidade que mais justifica a proteção do consumidor.

Vulnerabilidade técnica: O comprador não possui conhecimentos técnicos específicos sobre o que está adquirindo, sendo assim, podendo ser facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto ao seu uso, valido também para serviços”. Ocorre aí uma grande diferença entre o conhecimento técnico do fornecedor e o do comprador, sendo o fornecedor dotado de pleno conhecimento acerca do produto em questão e o comprador apenas um leigo.

Vulnerabilidade jurídica ou científica: consiste na falta de conhecimentos jurídicos específicos, conhecimentos de economia ou de contabilidade.

Vulnerabilidade fática ou socioeconômica: devido ao poder econômico do fornecedor, que por meio dele ele exerce superioridade, prejudicando os consumidores.

---

<sup>18</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2017, pág. 261/263.

Leonardo Roscoe Bessa conclui que:

Não é pressuposto do conceito de consumidor equiparado do art. 29 do CDC a (potencial) destinação final do produto ou serviço. Em relação as pessoas jurídicas, principalmente os empresários, deve-se examinar a vulnerabilidade (fática, jurídica, informacional) em concreto.<sup>19</sup>

Portanto são quatro tipos de vulnerabilidade, podendo o consumidor se encaixar em uma ou mais das modalidades. A importância de se conhecer todas as vulnerabilidades leva ao entendimento do finalismo mitigado, que, assim, podemos aplicar mais corretamente as normas de proteção do consumidor.

---

<sup>19</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. **Relação de consumo e aplicação do Código de Defesa do Consumidor**. 2. ed. Revista e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2009 p. 87.

### 3 DIREITOS E DEVERES NA RELAÇÃO DE CONSUMO

Tendo conceituado a relação de consumo, e as partes envolvidas, vamos discorrer sobre alguns dos direitos e deveres nesta relação de consumo.

#### 3.1 DIREITO A INFORMAÇÃO

O direito de informação é um direito básico do consumidor e está positivado no art. 6 do CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.<sup>20</sup>

Além do artigo anterior, temos ainda o art. 31:

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.<sup>21</sup>

Sendo um dos motivos da vulnerabilidade do consumidor, todas as informações relevantes relativas ao produto ou serviço devem ser disponibilizadas aos consumidores. Quantidade, peso, composição, características e preço, assim como todos os riscos que o produto possa oferecer. É claro que no caso da composição, existe a exceção relativa a Propriedade Industrial, que neste caso revelando a composição estaria expondo o fabricante de maneira a ser copiado por outros.

Nesse mesmo sentido, João Batista de Almeida leciona que:

Há estreita relação com o direito à segurança, pois, se o consumidor tem o direito de consumir produtos e serviços eficientes e seguros, é intuitivo que deve ser ele informado adequadamente acerca do consumo dos produtos e serviços, notadamente no que se refere à especificação correta de

---

<sup>20</sup> 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. Art.6.

<sup>21</sup> BRASIL. op. cit. Art.31.

quantidade, característica, composição, qualidade e preço, bem como riscos que apresentam.<sup>22</sup>

Temos a seguir, em jurisprudência recente, exemplo de um caso de vulnerabilidade informacional:

Transporte aéreo. Tarifa de excesso de bagagem. Cobrança de 0,5% do preço cheio da passagem. Preço cheio não informado previamente ao consumidor. Inadmissibilidade. Valor abusivo. Regras de experiência comum subministradas pela observação do que ordinariamente acontece (art. 375 do NCCP). Ofensa ao direito à informação. Art. 6º, III, CDC. Prática abusiva prevista no art. 39, V, do mesmo diploma legal. Restituição que se impõe. Dano moral. Ocorrência. Indenização fixada em R\$ 8.000,00. Sentença reformada. Recurso provido. (VOTO Nº 26230 REPARAÇÃO DE DANOS).<sup>23</sup>

A falta de informação ou a informação inexata sobre um produto ou serviço é um vício. Sendo que demonstrado poderemos exigir a troca do mesmo ou a devolução dos valores pagos como veremos mais a seguir.

### 3.2 DIREITO A TROCA OU SUBSTITUIÇÃO

Quando o consumidor pode invocar o Direito a troca? A regra é clara. Em geral o direito brasileiro não admite a troca no caso das compras feitas no estabelecimento comercial, onde o consumidor pode ver, tocar e até mesmo experimentar o produto oferecido. Porém é devida a troca quando a loja oferece este serviço. Muitas lojas, com a finalidade de atrair mais clientes, oferecem esta modalidade. É o caso de presentes onde a pessoa condiciona a compra à possibilidade da troca, caso a pessoa presenteada não se agrade do presente ou não seja do seu tamanho. Quando a loja oferece este serviço, ela se obriga a realizar a troca do produto. Neste caso o vendedor deve orientar o consumidor do prazo a que tem direito para exercer seu direito a troca, bem como os produtos abrangidos por ele. Muitas vezes alguns produtos não estão sujeitos a troca por

---

<sup>22</sup> ALMEIDA. João Batista de. **Manual do Direito do Consumidor**. 2ª ed. rev. atual. e ampl. – São Paulo: Saraiva, 2006. p.67.

<sup>23</sup> BRASIL. São Paulo. Tribunal de Justiça de São Paulo 10266117120178260100 SP 1026611-71.2017.8.26.0100, Relator: Tasso Duarte de Melo, Data de Julgamento: 16/04/2018, 12ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 16/04/2018. Disponível em: <<https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/568912648/10266117120178260100-sp-1026611-7120178260100/inteiro-teor-568912668?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

suas características, é o caso dos lingeries. É devida também a substituição nos casos que o produto apresente vício oculto ou aparente, conforme artigo 18 do CDC:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas. § 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha: I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; III - o abatimento proporcional do preço. § 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor. § 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial. § 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do § 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo. § 5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor. § 6º São impróprios ao uso e consumo: I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos; II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação; III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.<sup>24</sup>

Nesta decisão do TJ/RS que determina a substituição do produto devido a vício de fabricação, verifica-se a aplicação do art. 18 do CDC:

DIREITO DO CONSUMIDOR. VÍCIOS DE QUALIDADE DO PRODUTO. PNEUS DEFEITUOSOS. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DO COMERCIANTE E FABRICANTE. DESNECESSIDADE DE REALIZAÇÃO DE PERÍCIA. SUBSTITUIÇÃO DOS PRODUTOS DEFEITUOSOS. Por não terem os defeitos sanados no prazo de 30 dias, o consumidor tem direito à substituição dos produtos por outros de mesma espécie em perfeitas condições de uso (art. 18, § 1º, inciso I, do CDC). Sentença confirmada pelos próprios fundamentos. Recurso improvido. (Recurso Cível Nº 71000832154)<sup>25</sup>

<sup>24</sup> 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. Art 18, § 1º- § 6º.

<sup>25</sup> BRASIL. Rio Grande do Sul. Tribunal de Justiça de Rio Grande do Sul Recurso Cível: 71000832154 RS, Relator: Ricardo Torres Hermann, Data de Julgamento: 13/04/2006, Primeira

Abaixo temos uma decisão na qual a parte autora além de receber a devolução dos valores gastos corrigidos, tem o direito a uma quantia a título de dano moral:

Autora que recebe proposta da ré para aquisição de novo aparelho telefônico, pois já possuía aparelho de outra operadora. Defeito no aparelho com apenas dois dias de uso. Ré que é responsável pelo problema pois, conforme observado na sentença, às fls. 40, foi quem forneceu o produto, pois vendeu o aparelho para a autora. Na inicial, constam os registros e as datas de várias reclamações da autora. A ré, em contestação, nem negou que a autora tenha reclamado, apenas afirmando que a responsabilidade seria do fabricante. Autora que tem direito à devolução do valor pago pelo aparelho, além de indenização a título de dano moral, em valor módico. Sentença que se reforma. Isto posto, VOTO no sentido de dar provimento parcial ao recurso para condenar a ré a pagar à autora, a título de devolução, a quantia de R\$679,00, com correção monetária desde 12/12/06, data da compra, e juros de 1% desde a citação, e, a título de dano moral, a quantia de R\$1.000,00, com juros e correção monetária a contar da publicação do acórdão. Sem honorários. (RI: 00380536220078190014) <sup>26</sup>

Além do direito a substituição, pode o consumidor, quando não satisfeito no prazo de 30 dias, solicitar o seu dinheiro de volta com correção. Podendo inclusive suscitar o dano material e moral dependendo do caso.

### 3.3 DIREITO AO ACESSO À JUSTIÇA

O consumidor tem total direito de recorrer à justiça quando se sentir desrespeitado perante seus direitos junto ao fornecedor. O CDC em seu do art. 6º inciso VII estipula como direito básico do consumidor o de acesso aos órgãos judiciários e administrativos (PROCON), sendo que uma das mais efetivas maneiras de garantir esse direito é o concedendo assistência judiciária gratuita, regulada pela lei 1.060/50, porém, atualmente, muitas decisões judiciais têm negado a chamada Justiça gratuita, sob o argumento de que cabe ao requerente provar insuficiência de recursos para poder obtê-la.

---

Turma Recursal Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 19/04/2006. Disponível em: ><https://tj-rs.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7943355/recurso-civel-71000832154-rs/inteiro-teor-102489818?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

<sup>26</sup> BRASIL. Rio de Janeiro. Tribunal de Justiça de Rio de Janeiro RI: 00380536220078190014 RJ 0038053-62.2007.8.19.0014, Relator: Ricardo de Andrade Oliveira, Quarta Turma Recursal, Data de Publicação: 06/11/2008. Disponível em: <<https://tj-rj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/135243954/recurso-inominado-ri-380536220078190014-rj-0038053-6220078190014?ref=amp>>. Acesso em: 03 jun. 2018.



Contudo a lei nº 9.099/95 que dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais em seu Art. 54: “O acesso ao Juizado Especial independará, em primeiro grau de jurisdição, do pagamento de custas, taxas ou despesas.”<sup>27</sup>

No caso do direito do consumidor onde a maior parte dos casos podem ser resolvidos nos juizados especiais cíveis, os quais a concede o benefício da justiça gratuita sem necessidade de provar a hipossuficiência, isentando qualquer pessoa do pagamento de custas iniciais.

### 3.4 DIREITO A FACILITAÇÃO DA DEFESA DOS SEUS DIREITOS- INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA

No Direito costumamos ouvir, quem alega deve provar, o mesmo não ocorre necessariamente no direito do consumidor. Talvez uma das mais importantes contribuições processuais advindas através Código de Defesa do Consumidor está regulada em seu artigo 6º, VIII<sup>28</sup>, este artigo autoriza o juiz determinar, no processo civil, a inversão do ônus da prova, a favor do consumidor, quando for verossímil a alegação da parte consumidora ou quando este for hipossuficiente. Esta tem por objetivo a facilitar a defesa de seu direito em juízo.

Kazuo Watanabe leciona:

“Numa relação de consumo [...] a situação do fabricante é de evidente vantagem, pois somente ele tem pleno conhecimento do projeto, da técnica e do processo utilizado na fabricação do veículo, e por isso está em melhores condições de demonstrar a inoccorrência do vício de fabricação. A situação do consumidor é de manifesta vulnerabilidade, independentemente de sua situação econômica. [...] Foi precisamente em razão dessas situações, enquadradas no conceito amplo de hipossuficiência, que o legislador estabeleceu a inversão do ônus da prova, para facilitar a tutela jurisdicional do consumidor”.<sup>29</sup>

Porém nem sempre é aceito pelo magistrado a inversão do ônus da prova, como vemos em jurisprudência a seguir.

---

<sup>27</sup> BRASIL. **Lei 9.099 de 26 de setembro de 1995**. Lei que dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis.

<sup>28</sup> 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. Art.6, VIII.

<sup>29</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini, NERY Jr, Nelson, WATANABE, Kazuo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 8 ed. Rio de Janeiro – RJ: Forense Universitária, 2005.

CDC. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. ART. 6º VIII. A aplicação do Código de Defesa do Consumidor não conduz, obrigatoriamente, à inversão do ônus da prova, dependendo, a critério do juiz, da verossimilhança da alegação e hipossuficiência do consumidor (art. 6º, VIII do CDC), o que não restou demonstrado nos autos. (AGRAVO: 38924 PR).<sup>30</sup>

Verifica-se aí que mesmo sendo aplicado o CDC, não deve necessariamente o magistrado aplicar a inversão do ônus da prova.

### 3.5 DIREITO DE ARREPENDIMENTO

O direito do arrependimento, objeto do presente trabalho, é regido pelo artigo 49 e diz respeito exclusivamente a contratos celebrados fora do estabelecimento comercial:

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

Diferentemente das situações referente do art.420 do código civil <sup>31</sup>, que estipula que mesmo que o direito do arrependimento possa ser exercido com a desistência do comprador, as arras ou sinal é geralmente utilizado para fins indenizatórios. No direito de arrependimento previsto no CDC não há a necessidade de se indenizar o fornecedor. Neste caso por ser uma lei específica, ela deve ser utilizada nos contratos de relação de consumo.

É importante ressaltar que o direito de desistência independe de qualquer vício do produto ou serviço, caso o consumidor exerça o direito de arrependimento a lei não exige que ele explique o porquê da desistência. Ainda que conste no contrato uma cláusula que o consumidor abra mão deste direito esta cláusula é nula como não fosse escrita.

---

<sup>30</sup> BRASIL. Rio Grande do Sul. Tribunal Regional Federal da 4ª Região AG: 38924 PR 2009.04.00.038924-1, Relator: Maria Lúcia Luz Leiria, Data de Julgamento: 26/01/2010, TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: D.E. 10/02/2010. Disponível em: <https://trf-4.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/17136525/agravo-de-instrumento-ag-38924-pr-20090400038924-1-trf4?ref=serp>. Acesso em: 03 jun. 2018.

<sup>31</sup> BRASIL. **Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002**. Código Civil de 2002. Art. 420. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm). Acesso em: 01 jun. 2018.

## 4 DIREITO DE ARREPENDIMENTO

Neste capítulo vamos falar mais detalhadamente a respeito do direito de arrependimento, os principais conceitos e características, doutrina e jurisprudência.

### 4.1 HISTÓRICO

Antes do CDC o que regulava o direito de arrependimento era o Código Comercial de 1850 <sup>32</sup> e o Código Civil de 1916 <sup>33</sup> pouco se contemplava sobre a matéria. Além de muito limitado ele estipulava arras a quem desse causa.

Art. 1.095. Podem, porém, as partes estipular o direito de se arrepender, não obstante as arras dadas. Em caso tal, se o arrependido for o que as deu, perdê-las-á em proveito do outro; se o que as recebeu, restitui-las-á em dobro.<sup>34</sup>

Quando da promulgação do CDC este direito foi destinado a qualquer tipo de venda fora do estabelecimento comercial, nesta data o comércio através da internet inexistia. A princípio, levava-se em conta a compra realizada por telefone ou a domicílio (através de vendas por catálogos). Mas acabou sendo estendido para aquisições online. Com o acesso à internet e a popularização de computadores e mais recentemente os smartphones, ficou mais fácil comprar qualquer coisa de qualquer lugar. Podemos estar dentro de um ônibus, enquanto fazemos a compra de entradas para um teatro ou pneus para o carro. Automaticamente este direito foi estendido a este tipo de comércio. O direito de arrependimento veio auxiliar o consumidor no comércio virtual. Pois estando longe do produto está mais sujeito a comprar “gato por lebre”. Isto se deve ao fato do consumidor estar mais suscetível do que quando vai a uma loja, pois muitas vezes já pesquisou o preço e marcas em outros estabelecimentos.

---

<sup>32</sup> BRASIL. **Lei 556 de 25 de junho de 1850**. Código Comercial de 1850. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L0556-1850.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L0556-1850.htm)>. Acesso em: 01 de jun. 2018.

<sup>33</sup> BRASIL. **Lei 3.071 de 01 de janeiro de 1916**. Código Civil de 1916. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L3071.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L3071.htm)>. Acesso em: 01 de jun. 2018.

<sup>34</sup> BRASIL. op. cit. **Art.1.095**.

Há 5 anos, o Decreto 7.962/2013<sup>35</sup> veio reforçar e atualizar o Art. 49, do CDC. Este novo decreto determina- que é obrigação do consumidor, quando utilizando deste seu direito, a comunicação ao fornecedor informando que está devolvendo a mercadoria. Assim o fornecedor poderá cancelar a compra junto a administradora de cartão, impedindo o lançamento na fatura do cartão do consumidor. Ou proceder o estorno quando já tiver sido lançado. Atualmente, há outros projetos de lei em tramitação na Câmara prevendo a atualização do Código de Defesa do Consumidor. O projeto de lei 3514/2015<sup>36</sup> da câmara dos deputados, relacionado com o comércio eletrônico visa ampliar direitos do consumidor.

## 4.2 LOCAL DA COMPRA

A lei estabelece que a compra deve ser feita fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou à domicílio por serem as mais comuns na época da edição do CDC (1990), porém admite outros tipos de modalidades haja vista a utilização da palavra especialmente, como sabemos hoje a internet é a mais importante, através de aplicativos e sites podemos comprar uma infinidade de coisas. Este tipo de comércio que não para de crescer no mundo todo. Apesar de não estar explícito, é pacífico as compras feitas através da internet também estão inclusas neste artigo, pois o CDC é anterior ao advento da Internet no Brasil, é elas se assemelham as feitas por catalogo via postal. Mesmo assim o consumidor está garantido em relação direito de arrependimento qualquer que seja a forma desde que fora do estabelecimento comercial:

- Domicílio – vendas por catálogo, como Avon, Natura, Jequití.
- Telemarketing – utilizada por cartões de crédito, telefonia móvel.
- Mala direta.
- Pelo controle da tv – NET, SKY.
- Internet - Se as lojas virtuais tornaram mais fácil escolher, adquirir e receber um produto, também facilitaram o ato de arrependimento.

---

<sup>35</sup> BRASIL. **Decreto Lei 7.962 de 15 de março de 2013**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 03 jun. 2018.

<sup>36</sup> BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 3514 de 2015**. Brasília. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052488>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

Ficou mais simples comprar por impulso e, no final, devolver a mercadoria; ou então, comprar, receber, não gostar e enviar o produto de volta ao lojista.

- Correio – por catálogos, muito utilizadas antes da internet, nas quais o consumidor fazia o pedido pelos correios.

Claudia Lima Marques afirma:

A atividade negocial de oferta de produtos e serviços e de contratação a distância é hoje “exponencial”, globalizada, tecnológica e virtual, fenômeno cuja importância não pode passar despercebida. As vendas ou contratações a distância, conhecidas desde o século XIX, como as vendas por catálogo, reembolso postal ou por correspondência, hoje se servem de ajuda de meios de telecomunicação, como o tele shopping, com contratação por televisão, por telefone e mesmo por internet, por e-mail etc. O art.33 e o art. 49 do CDC mencionam expressamente estas vendas, todas direta ou indiretamente realizadas por telefones ou correspondência, como incluídas em seu campo de aplicação. Os novos meios de contratação a distância, por satélite, cabo e outros que se sucederam, também devem considerar-se incluídos no CDC, em analogia com as expressões nos arts.33 e 49. Os elementos desta contratação massificada e geral, da pressão e da distância são fenômenos já conhecidas, por exemplo, com a venda por correspondência, por catálogo e outras, agora presentes na contratação no comércio eletrônico”, que também encontra abrigo neste art. 49.<sup>37</sup>

#### 4.3 PORQUE AS PESSOAS SE ARREPENDEM DE UMA COMPRA?

As devoluções de mercadoria ocorrem pelos mais diferentes motivos. Mas um dos principais motivos do arrependimento de compra é quando o produto entregue não se parece com aquilo que foi adquirido pelo consumidor no ambiente virtual – muitas vezes apresentado uma imagem de outro produto.

Outro motivo são as compras feitas para uma determinada data, como natal, dia das mães, aniversários. Devido a contratemplos na entrega ou até mesmo falta de produto em estoque, o produto não chega a tempo. Isto gera frustração e o objeto acaba não tendo mais a utilidade. Ou mesmo uma pessoa que investe em uma roupa para ser utilizada em suas férias e só o recebe depois da data. Esta situação fere a expectativa e a confiança do consumidor.

---

<sup>37</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2017, p. 1253.

No caso de roupas, é impossível ter plena certeza uma roupa irá servir adequadamente. A numeração varia de marca para marca.

Além do tamanho ou numeração errada, itens danificados e qualidade do material também entram na lista de motivos que fazem as pessoas se utilizarem do direito de arrependimento.

#### 4.4 LEGISLAÇÃO

Analisando o código mais a fundo, em particular o artigo 49 do CDC: “o consumidor pode desistir do contrato no prazo de 7 dias, a contar da sua assinatura ou do ato do recebimento ou serviço [...]”<sup>38</sup>

Claudia Marques esclarece quanto a existência do contrato:

Tanto no caput do art.49 como em seu parágrafo, o CDC, refere-se à desistência do contrato, no prazo de sete dias, a contar da assinatura do contrato ou do recebimento do produto ou serviço (execução da prestação principal). Parece claro, portanto que o sistema brasileiro pressupõe a existência de contrato.<sup>39</sup>

O Código prevê sete dias de reflexão, o entendimento é que a venda só se conclui de fato e direito quando decorrido este prazo. Neste prazo, o consumidor não pode fazer uso do produto. O uso do bem adquirido significa que o contrato foi concluído. Não se deve imaginar que o código vá permitir que o consumidor faça uso do bem e após quase uma semana o devolva, alegando ter se arrependido. Com a utilização do bem supõe-se que ele o aprovou, e o contrato restou concluído com o fornecedor. Contudo a retirada do produto da caixa ou da embalagem não quer dizer que houve o uso do produto, muitas vezes é necessário a abertura da embalagem ou lacre para que possa se atestar o produto. O artigo 49 não é muito claro quanto ao início da contagem do prazo para desistência, se é a partir da compra ou da entrega do produto. Tampouco é fácil materializar o arrependimento após a finalização do serviço contratado.

Ronaldo Alves de Andrade nos ensina:

---

<sup>38</sup> 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. Art. 49.

<sup>39</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2017, p. 1255.

O Código de Defesa do Consumidor brasileiro não regulou minuciosamente os contratos de venda à distância, não estabelecendo os requisitos necessários para tal modalidade de contratação; tampouco ditou os tipos de contrato que poderiam legalmente ser celebrados dessa forma e nem fixou seus respectivos objetivos. Em realidade limitou-se a instituir, no art. 49, o direito de recesso, ou seja, o direito de arrependimento, permitindo ao consumidor desistir dentro de sete dias, recebendo de volta, corrigida monetariamente, a importância despendida com a aquisição. O dispositivo legal mencionado é extremamente abrangente e por certo constitui um tipo aberto, cabendo ao juiz preenchê-lo.<sup>40</sup>

Cabe, portanto, ao juiz decidir nos casos em que a lei é omissa, decidindo pela aplicação ou não do direito de arrependimento nestes casos.

#### 4.4.1 Projeto de Lei 281/2013

Com a evolução das relações consumeristas, e o surgimento de novos meios de compras em especial os feitos por meio da internet, e por não possuir uma legislação adequada mais específica no ordenamento, criou-se em 2010, uma comissão de juristas, presidida pelo ministro Herman Benjamin do Superior Tribunal de Justiça (STJ), a fim de estabelecer novas regras a partir do Código de Defesa do Consumidor. Esta comissão se reuniu diversas vezes durante dois anos, a fim de criar um esboço do que deveria ser atualizado no CDC. Assim em 2012, foram apresentados ao Senado Federal, três projetos de lei que atualizam o Código de Defesa do Consumidor. O objetivo é trazer o CDC para nossa realidade atual, afinal já haviam transcorridos 22 anos da sua edição São os PLS 281/12<sup>41</sup>, PLS 282/12<sup>42</sup>, e PLS 283/12<sup>43</sup>, que abordam respectivamente os seguintes assuntos: comércio eletrônico, ações coletivas e superendividamento da população. Vamos ater principalmente ao PLS 281/12, que tem como assunto principal o comércio eletrônico criando uma nova seção no CDC. Ele aborda de arrependimento e práticas abusivas no comércio eletrônico. O PLS 282/12 visa a preencher a lacuna referente às ações coletivas, a fim de que se tenha prioridade e se tenha eficácia nacionalmente. Já o PLS 283/12 se refere ao crédito e ao superendividamento, cria

---

<sup>40</sup> ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor**. Barueri, SP: Manole, 2004.

<sup>41</sup> BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei 283 de 2012**. Brasília. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>>. Acesso em 03 de junho de 2018, às 15:00.

<sup>42</sup> Ibid., **Projeto de Lei 282 de 2012**.

<sup>43</sup> Ibid., **Projeto de Lei 283 de 2012**.

mecanismos para evitar que as pessoas utilizem o crédito de maneira danosa. Todos eles são importantes, pois através de uma atualização da lei, visam dar uma proteção adequada ao consumidor. O PLS 281/12, por estar inserido no objeto deste trabalho será analisado com mais atenção. O projeto normatiza o comércio eletrônico, a fim de promover uma compra segura, como a preservação dos dados do consumidor, regulamentar a propaganda eletrônica, além de reforçar o direito de arrependimento no comércio virtual.

Projeto de lei alterando o CDC.

**Ementa:**

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: Altera a Lei nº 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor – para aperfeiçoar as disposições gerais constantes do Capítulo I do Título I, 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 ou 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 para o 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 legais.<sup>44</sup>

De acordo com o PLS 281/2012, o artigo 49 do CDC passará a ter uma redação mais extensa e adequada.

#### 4.4.2 Decreto 7.962/13

Devido ao CDC não ter a resposta para muitos problemas que o consumidor tinha ao fazer compras por meio eletrônico, foi assinado no dia 15 de março de 2013 pela então presidenta Dilma Rousseff o Decreto 7.962/2013.<sup>45</sup> Tem

---

<sup>44</sup> BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei 283 de 2012**. Brasília. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

<sup>45</sup> BRASIL. **Decreto Lei 7.962 de 15 de março de 2013**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 03 jun. 2018.



por finalidade fortalecer as normas referente ao comércio eletrônico. Ele previa um prazo para adaptação das empresas que se utilizavam deste tipo de comércio para fazer suas vendas. O principal objetivo é assegurar que seja feita a interpretação do ordenamento jurídico de maneira mais favorável ao consumidor.

Quanto ao direito de arrependimento, criou-se a possibilidade de ele ser exercido pela própria internet, evitando-se ligações telefônicas, e conseqüentemente sem gerar custos ao consumidor. O site do fornecedor deve aparecer a informação de recebimento da manifestação de vontade do consumidor com relação ao direito de arrependimento. O fornecedor deve avisar imediatamente a instituição financeira que processou o para a realização da compra, buscando o estorno do valor pago. Objetiva-se que por meio do Decreto 7962/2013 tenha uma proteção mais eficaz do direito de arrependimento, como também um equilíbrio nas relações consumeristas.

#### 4.6 DEVOLUÇÃO DAS QUANTIAS PAGAS

A devolução das quantias, após a comunicação ao fornecedor, deve-se ser efetivada imediatamente, no código fica estabelecido que o fornecedor tem que devolver toda e qualquer importância que tiver recebido, ou seja, isso inclui, seguros, fretes, postagem e outros encargos que houverem. “Valores eventualmente pagos a qualquer título durante o prazo de reflexão.” Caso o consumidor se arrependa, tem o direito de receber tudo aquilo que já pagou, incluindo custos extras, como frete ou taxa de instalação de serviços contratados à distância. Isso porque o CDC prevê que o direito de arrependimento deve ser exercido sem ônus. Contudo muitas vezes os fornecedores cobram taxas para que o consumidor exerça o seu direito. Muitas vezes se negam a arcar com os custos do transporte.

Além disso, a devolução do dinheiro deve ser imediata, de acordo com o CDC e com o Decreto do Comércio Eletrônico (Decreto Federal nº 7.962/2013), mesmo que o pagamento tenha sido feito no cartão de crédito. A empresa deve comunicar a administradora do cartão para suspender a transação ou providenciar o estorno, caso já tenha sido lançada.

A devolução do que foi pago, seja ela qual for deve ser devolvida em valores atualizados. No caso de parcelamento no cartão e apenas a primeira parcela foi lançada, esta deve ser devolvida em dinheiro ou lançada como crédito no cartão

e as demais devem ser canceladas pelo vendedor junto a administradora do cartão de crédito.

Em caso de desistência da compra, havia a dúvida a quem caberia a despesa de entrega e devolução do produto. A 2ª turma do STJ decidiu que esse ônus é do comerciante. “Eventuais prejuízos enfrentados pelo fornecedor nesse tipo de contratação são inerentes à modalidade de venda agressiva fora do estabelecimento comercial”, diz a ementa do REsp 1.340.604.

ADMINISTRATIVO. CONSUMIDOR. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. ART. 49 DO CDC. RESPONSABILIDADE PELO VALOR DO SERVIÇO POSTAL DECORRENTE DA DEVOUÇÃO DO PRODUTO. CONDUTA ABUSIVA. LEGALIDADE DA MULTA APLICADA PELO PROCON. 1. No presente caso, trata-se da legalidade de multa imposta à TV SKY SHOP (SHOPTIME) em razão do apurado em processos administrativos, por decorrência de reclamações realizadas pelos consumidores, no sentido de que havia cláusula contratual responsabilizando o consumidor pelas despesas com o serviço postal decorrente da devolução do produto do qual pretende-se desistir. 2. O art. 49 do Código de Defesa do Consumidor dispõe que, quando o contrato de consumo for concluído fora do estabelecimento comercial, o consumidor tem o direito de desistir do negócio em 7 dias (“período de reflexão”), sem qualquer motivação. Trata-se do direito de arrependimento, que assegura o consumidor a realização de uma compra consciente, equilibrando as relações de consumo. 3. Exercido o direito de arrependimento, o parágrafo único do art. 49 do CDC especifica que o consumidor terá de volta, imediatamente e monetariamente atualizados, todos os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, entendendo-se incluídos nestes valores todas as despesas com o serviço postal para a devolução do produto, quantia esta que não pode ser repassada ao consumidor. 4. Eventuais prejuízos enfrentados pelo fornecedor neste tipo de contratação são inerentes à modalidade de venda agressiva fora do estabelecimento comercial (internet, telefone, domicílio). Aceitar o contrário é criar limitação ao direito de arrependimento legalmente não previsto, além de desestimular tal tipo de comércio tão comum nos dias atuais. 5. Recurso especial provido. <sup>46</sup>

O relator do caso, ministro Mauro Campbell Marques, afirmou no voto que “aceitar o contrário é criar limitação ao direito de arrependimento, legalmente não previsto, além de desestimular tal tipo de comércio, tão comum nos dias atuais”.

A decisão veio acabar com as dúvidas que ainda restavam a respeito das despesas de devolução.

---

<sup>46</sup> BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial 1340604 RJ 2012/0141690-8**, Relator: Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, Data de Julgamento: 15/08/2013, T2 - SEGUNDA TURMA. Disponível em: <<https://www.stj.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

## 4.7 CASOS DIVERSOS

A seguir veremos casos relacionados a situações específicas, nas quais a discussão a respeito do direito de arrependimento é mais frequente. Algumas estão sendo pacificadas enquanto outras há muita controvérsia.

### 4.7.1 Direito de arrependimento e passagens aéreas compradas pela internet

Em geral o direito ao arrependimento previsto no artigo 49 do CDC até 2017 não se aplicava às passagens compradas pela internet. As empresas alegavam que por ser um contrato de transporte, ele era regido por normas específicas. Além de existir o PLS 281/2012, que prevê a alteração da lei quando a compra for feita pela internet, uma condição mais favorável para o consumidor. Contudo ela não fala em prazos, deixando a cargo da ANAC, emitir norma regulamentando prazos. Já algumas decisões de tribunais já davam ganho de causa ao comprador, obrigando a empresa a devolução dos valores pagos. Porém em 13/12/2016 Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC)<sup>47</sup> aprovou novas regras, que começaram a valer no dia 14/03/2017, a ANAC regulamentou o direito ao arrependimento (na ocasião denominado de direito a desistência).

Direito de desistência: o passageiro poderá desistir da compra da passagem (100% de reembolso) até 24h depois de concretizada desde que o bilhete tenha sido adquirido com antecedência mínima de 7 dias da data do voo, mesmo que a compra não tenha sido feita pela internet. Em compras pela internet o consumidor tem 7 dias para desistir.

A nova regra tem duas características:

1. O consumidor teve o seu direito ampliado com o novo prazo de reflexão de 24 horas com direito ao reembolso integral, desde que o bilhete tenha sido comprado com no mínimo 7 dias da data do voo, não importando onde foi feita a compra, podendo ser inclusive na loja física da companhia aérea ou agência de turismo.

---

<sup>47</sup> CRAIDE, Sabrina. **Conheça as novas regras para o transporte aéreo aprovadas pela ANAC**. Agência Brasil. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-12/conheca-novas-regras-paraotransporte-aereo-a>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

2. A confirmação da possibilidade do exercício do direito de arrependimento previsto no art. 49 do CDC<sup>48</sup> em todos os seus termos

Entendendo o conceito do instituto do direito de arrependimento e a alteração feita pela a ANAC no ano passado, pode-se ainda questionar suas aplicações na compras de passagens aéreas? É bem fácil visualizar o encaixe esta modalidade de compra e o artigo 49 do CDC, desde que feito por meio da Internet, conforme a própria ANAC estabeleceu. Inclusive algumas decisões dos tribunais brasileiros ocorrem neste sentido:

CIVIL E PROCESSO CIVIL. APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. RELAÇÃO DE CONSUMO. PASSAGEM AÉREA. CANCELAMENTO. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. PRAZO DE 07 DIAS. 1. A responsabilidade civil no transporte aéreo em face do defeito do serviço regula-se pela Lei nº 8.078/90, não sendo aplicável o disposto na Convenção de Varsóvia e suas posteriores alterações, nem o Código Brasileiro de Aeronáutica. Precedentes. 2. O consumidor possui o direito de arrependimento no prazo de 07 dias, em caso de compra de passagem aérea pela internet, haja vista ser efetuada fora do estabelecimento comercial. 3. O parágrafo único do art. 42 do CDC pressupõe os seguintes requisitos: ser uma relação de consumo, a cobrança indevida de dívida extrajudicial, o seu efetivo pagamento e a ausência de engano, sem olvidar a necessidade de presença de má-fé, objetivamente verificável. 4. Recurso conhecido e desprovido. (Apelação Civil 20140910292168)<sup>49</sup>

Segue outro julgamento do TJ/DF foi dado causa ao comprador, como no caso anterior

DIREITO DO CONSUMIDOR. COMPRA DE PASSAGEM AÉREA PELA INTERNET. APLICAÇÃO DO ART. 49 DO CDC. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. PRAZO DE REFLEXÃO. MULTA INDEVIDA. RECURSO PROVIDO. 1. A faculdade de desistir das compras feitas fora do estabelecimento do fornecedor prevista no art. 49 do CDC, aplica-se aos contratos de transporte aéreo de passageiros, formalizados através da internet, no sítio eletrônico da companhia. Precedentes. 2. Indevida a cobrança de multa pelo exercício do direito de arrependimento no prazo de reflexão legalmente assegurado ao consumidor. 3. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO. (Apelação Civil – 20130111143480)<sup>50</sup>

<sup>48</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Codido de Defesa do consumidor, artigo 49.

<sup>49</sup> BRASIL. Distrito Federal. Tribunal de Justiça do Distrito Federal APC 20140910292168, Relator: Mario-Zam Belmiro, Data de Julgamento: 24/02/2016, 2ª Turma Cível, Data de Publicação DJE: 01/03/2016. Disponível em: <<https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/310267547/apelacao-civel-apc-20140910292168>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

<sup>50</sup> BRASIL. Distrito Federal. Tribunal de Justiça do Distrito Federal ACJ 20130111143480 DF 0114348-08.2013.8.07.0001, Relator: Luis Martius Holanda Bezerra Junior, Data de Julgamento: 04/02/2014, 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, Data de Publicação: Publicado no DJE: 18/03/2014. Pág.: 390. Disponível em: <<https://tj->

Ocorre que, apesar do entendimento de alguns tribunais, existiam decisões, antes da regulamentação da ANAC, de casos semelhantes com resultados totalmente antagônicos, conforme decidido abaixo:

COMPRA DE PASSAGEM AÉREA PELA INTERNET. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. INFORMAÇÃO SOBRE A POLÍTICA DE PREÇOS. 1- Assiste ao consumidor o direito de arrependimento, no prazo de sete dias, a contar da assinatura do contrato ou do recebimento do produto ou serviço sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial (art. 49, CDC). 2 - Essa proteção não ampara a compra de passagem aérea pela internet, por se tratar de contrato de transporte, regulamentado por normas especiais, sobretudo porque todas as informações referentes ao serviço são disponibilizadas ao consumidor, em especial, a política de preços relativa à passagem que será adquirida, que prevê regras para cancelamento e reembolso de valores pagos em caso de desistência. 3- Embargos infringentes não providos. (Embargos Infringentes 20120110360896)<sup>51</sup>

Antes da regulamentação da ANAC, havia muita discussão a respeito do direito de arrependimento neste segmento, espera-se então que ela ponha fim as discussões quanto ao direito de arrependimento nas compras feitas em sites de viagens.

#### **4.7.2. Passagens de ônibus compradas pela internet**

No caso de passagens de ônibus voltamos a mesma discussão que havia no caso de passagens aéreas, onde as empresas rodoviárias utilizam-se da regulamentação da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT)<sup>52</sup> para se eximirem em alguns casos de ressarcir os passageiros plenamente, cobram 5% na hora de fazer a devolução da passagem, ainda que no prazo para arrependimento.: Alegam estarem sujeitas as normas do transporte rodoviário de passageiros e assim não sujeitas ao CDC, por serem estas normas específicas a este tipo de compra. O regulamento da ANTT prevê que a empresa pode cobrar uma taxa de 5%, porém

---

df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/116594513/apelacao-civel-do-juizado-especial-acj-20130111143480-df-0114348-0820138070001>. Acesso em: 03 jun. 2018.

<sup>51</sup> BRASIL. Distrito Federal. Tribunal de Justiça do Distrito Federal EIC 20120110360896, Relator: Jair Soares, Data de Julgamento 3 de Novembro de 2014, 2ª Câmara Cível, Data de Publicação DJE: 18/11/2014. Pág.: 102 Disponível em: <https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/311515125/embargos-infringentes-civeis-eic-20120110360896>. Acesso em: 03 jun. 2018.

<sup>52</sup> ANTT. Agência Nacional de Transportes Terrestres. Disponível em: <http://www.antt.gov.br/>. Acesso em: 15 nov. 2006.

não menciona a compra pela internet, nem o direito de arrependimento no prazo de 7 dias, em compensação prevê a desistência até 3 horas antes da viagem.

Art. 6º Sem prejuízo do disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, são direitos e obrigações do usuário: XIX - receber a importância paga no caso de desistência da viagem, observadas as regras de reembolso, facultado à transportadora, conforme o caso, reter até 5% (cinco por cento) a título de comissão de venda e multa compensatória, da importância a ser restituída ao passageiro, desde que o passageiro manifeste-se com antecedência mínima de três horas em relação ao horário de partida constante no bilhete.<sup>53</sup>

A ANTT regulamenta somente o transporte interestadual e internacional, no caso de transporte intermunicipal existem outros regulamentos um para cada Estado da Federação e cada um com suas particularidades referente ao direito de desistência ou arrependimento. Na maioria das vezes a multa a ser cobrada é tão pequena que o passageiro não chega a utilizar a justiça para ter seus valores pagos devolvidos na totalidade.

#### **4.7.3 Compra com financiamento bancário**

Ainda que o consumidor assine contrato de financiamento com cláusula de alienação fiduciária é possível que ele exerça o direito de arrependimento nas compras que faz. Essa foi o que decidiu a Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ), que aplicou as normas do consumidor à relação jurídica estabelecida entre o Banco ABN AMRO Real Ltda. e um consumidor de São Paulo.

Após o banco ingressar com um pedido de busca e apreensão de um veículo pelo inadimplemento de um contrato de financiamento firmado com o consumidor, o mesmo alegou que exerceu o direito de arrependimento previsto no artigo 49 do Código do Consumidor. Assim, segundo ele jamais teria se emitido na posse do bem dado em garantia. No entendimento do Tribunal de Justiça do Estado, tal regra não se aplicava ao caso, uma vez que o Código do Consumidor não serve às instituições bancárias.

Pois a Terceira Turma considerou legítimo o direito de arrependimento, reiterando o entendimento jurisprudencial quanto à aplicação do Código do Consumidor às instituições financeiras. Conforme a decisão da relatora, ministra

---

<sup>53</sup> BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Art. 6º.

Nancy Andrighi, o consumidor, assinou dois contratos, o de compra e venda com uma concessionária de veículos e o de financiamento com o banco. Depois da assinatura do contrato de financiamento, que ocorreu fora do estabelecimento bancário, o consumidor acabou se arrependendo e enviou uma notificação no sexto dia após a celebração do negócio.

Consumidor. Recurso Especial. Ação de busca e apreensão. Aplicação do CDC às instituições financeiras. Súmula 297/STJ. Contrato celebrado fora do estabelecimento comercial. Direito de arrependimento manifestado no sexto dia após a assinatura do contrato. Prazo legal de sete dias. Art. 49 do CDC. Ação de busca e apreensão baseada em contrato resolvido por cláusula de arrependimento. Improcedência do pedido. - O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras. Súmula 297/STJ. - Em ação de busca e apreensão, é possível discutir a resolução do contrato de financiamento, garantido por alienação fiduciária, quando incide a cláusula tácita do direito de arrependimento, prevista no art. 49 do CDC, porque esta objetiva restabelecer os contraentes ao estado anterior à celebração do contrato. - É facultado ao consumidor desistir do contrato de financiamento, 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. - Após a notificação da instituição financeira, a cláusula de arrependimento, implícita no contrato de financiamento, deve ser interpretada como causa de resolução tácita do contrato, com a consequência de restabelecer as partes ao estado anterior. - O pedido da ação de busca e apreensão deve ser julgado improcedente, quando se basear em contrato de financiamento resolvido por cláusula de arrependimento. Recurso especial conhecido e provido. (Recurso Especial 930351) <sup>54</sup>

Na decisão abaixo, verifica-se o ganho de causa ao consumidor que tentou se desfazer de ambos contratos através do direito de arrependimento, porém a instituição financeira não concordou apesar de terem ocorrido no mesmo ato.

CERCEAMENTO DE DEFESA: O julgamento antecipado é faculdade do Magistrado, segundo o princípio do livre convencimento e da motivada apreciação da prova, sem que isso importe em qualquer nulidade, sobretudo nos casos como o dos autos, em que a produção de outras provas revelava-se desnecessária para o desate do litígio. Preliminar afastada. BEM MÓVEL. Contrato de compra e venda de veículo mediante crédito concedido por instituição financeira. Aquisição feita em local diverso do estabelecimento empresarial. Direito de arrependimento do consumidor (art. 49, CDC). Pretensão do autor ao desfazimento do contrato de compra e venda e respectivo financiamento bancário. 1. Em princípio, os pactos de compra e venda e de financiamento bancário são distintos, sendo diversa também a sua natureza e finalidade. Contudo, fazem parte de uma mesma operação econômica global, são conexos ou coligados, de modo que um afeta o outro, não subsistindo isoladamente. É um negócio casado, em que

---

<sup>54</sup> BRASIL. STJ. REsp: 930351 SP 2007/0045219-3, Relator: Ministra Nancy Andrighi, Data de Julgamento: 27/10/2009, T3 - TERCEIRA TURMA. Disponível em <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/5684542/recurso-especial-resp-930351-sp-2007-0045219-3>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

ambos fornecedores são beneficiados. Logo, em face do consumidor, é evidente que o negócio é um só 2. Os contratos são coligados. Desfeito o contrato principal, o conexo segue a mesma sorte. Sentença de procedência do pedido mantida. Recursos não providos. (Apelação 9000157542010826 SP 9000157).<sup>55</sup>

Chega-se a conclusão que não podemos dissociar a compra do seu financiamento, mesmo que ocorram com sujeitos diversos, fornecedor e ente financeiro. Afinal são atividades conexas e só podem existir conjuntamente.

#### 4.7.4 Contratos de adesão

Claudia Lima Marques define contrato de adesão:

Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas são preestabelecidas unilateralmente pelo parceiro contratual economicamente mais forte (fornecedor), ne varietur, isto é, sem que o outro parceiro (consumidor) possa discutir ou modificar substancialmente o conteúdo do contrato escrito.<sup>56</sup>

A aplicação do direito de arrependimento condiciona-se a dois requisitos:

- A contrato deve ser celebrado fora do estabelecimento comercial do fornecedor.
- O prazo para o consumidor se manifestar é de 7 dias após a contratação.

Porém a doutrina fala, ainda, na venda realizada por "time sharing". Este termo é utilizado para identificar aqueles contratos, que embora realizadas no estabelecimento do fornecedor, não dão chance ao consumidor de analisar de forma adequada o contrato firmado.

São contratos de adesão assinados em festas ou promoções para a divulgação de algum produto ou serviço. O consumidor assina o contrato levado pelo afã do momento e após reflexão se rende conta de que não era o que queria, arrependendo-se

---

<sup>55</sup> BRASIL. São Paulo. Tribunal de Justiça de São Paulo APL: 9000157542010826 SP 9000157-54.2010.8.26.0037, Relator: Carlos Alberto Garbi, Data de Julgamento: 10/08/2011, 26ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 11/08/2011. Disponível em: <<https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/20221985/apelacao-apl-9000157542010826-sp-9000157-5420108260037/inteiro-teor-104857335?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

<sup>56</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2017, p. 1487.



Na verdade, o que o Legislador quis foi proteger o consumidor dos seus próprios impulsos, bem como das técnicas de venda abusivas dos fornecedores que, não raras vezes, aproveitam-se da empolgação dos compradores, que acabam assinando contratos que não assinariam caso tivessem mais tempo para refletir sobre a contratação.

#### 4.8 DIREITO AO ARREPENDIMENTO EM OUTROS PAISES

Tanto na União Europeia, quanto nos Estados Unidos, existe a preocupação com as vendas pela internet ou fora do estabelecimento do fornecedor. Preocupação que resultou em leis que protegem o consumidor destes países.

#### 4.5 CONTAGEM DE PRAZO

Para a contagem do prazo devemos utilizar o que prevê o artigo 132 do CC:

“Art. 132. Salvo disposição legal ou convencional em contrário, computam-se os prazos, excluído o dia do começo, e incluído o do vencimento. § 1º Se o dia do vencimento cair em feriado, considerar-se-á prorrogado o prazo até o seguinte dia útil.<sup>57</sup>”

Quando, ambos, contrato e produto foram efetivados no mesmo dia não há o que discutir, porém se contrato for assinado em um dia e o produto for entregue posteriormente, a contagem do prazo deve iniciar a partir da entrega do produto, momento em que o consumidor pode avaliar o produto e verificar se ele está de acordo com o que foi contratado.

Nelson Nery Junior adverte :

Se o produto ou serviço for entregue ou prestado no dia da assinatura do contrato, a partir daí é que se conta o prazo para o exercício do direito de arrependimento. Caso o contrato seja assinado num dia e o produto ou serviço entregue ou prestado em época posterior, o prazo de reflexão tem início a partir da efetiva entrega do produto ou prestação do serviço. Isso porque, na maior parte das vezes, as compras por catálogos ou por telefone são realizadas sem que o consumidor esteja preparado para tanto, e, ainda, sem que tenha podido ter acesso físico ao produto. Quando recebe o

---

<sup>57</sup> BRASIL. Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Art. 132 do Código Civil.

produto encomendado, verifica que está aquém de suas expectativas, pois, se o tivesse visto e examinado, não o teria comprado. Não teria sentido, portanto, contar-se o curto prazo de reflexão a partir da assinatura do contrato ou da postagem do pedido nos correios, sendo que a surpresa do consumidor somente ocorrerá quando efetivamente receber o produto em suas mãos. A proteção que a lei lhe confere restaria inócua.<sup>58</sup>

Portanto a contagem do prazo se inicia sempre quando o consumidor possa verificar fisicamente o produto e não antes, pois como pode ele gostar ou não do produto se ele não tem em mãos?

Caso queira cancelar a compra, é aconselhável que o consumidor se comunique com o fornecedor por escrito (por e-mail, por exemplo). Caso a comunicação seja por telefone, deve-se anotar o número de protocolo.

#### 4.8.1 União Europeia

Ao comprar na Internet a um vendedor profissional / comerciante, tem direito a cancelar a sua compra, ou seja, a devolver os bens comprados e a receber de volta o seu dinheiro, sem ter necessidade de qualquer justificação. O direito de cancelamento ou arrependimento aplica-se a bens e serviços.

O consumidor tem um direito de cancelamento, seja qual for o país da União Europeia em que a loja eletrônica se situe, incluindo a Islândia e a Noruega. No entanto, tenha em atenção que este direito só se aplica se estiver a comprar a um profissional. Se comprar a um particular, não se aplica o direito de cancelamento.

A regra veio uniformizar as regras para o exercício de livre resolução:

- Caso tenham mudado de ideia, os consumidores contam agora com um prazo uniforme em toda a UE, de 14 dias (seguidos), para rescindirem o contrato de compra, sem encargos e sem necessidade de justificativa.
- Se esta informação não tiver sido dada ao consumidor previamente à celebração do contrato, o prazo para exercer a livre rescisão do contrato passará a ser de um ano.

---

<sup>58</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini, NERY Jr, Nelson, WATANABE, Kazuo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 8 ed. Rio de Janeiro – RJ: Forense Universitária, 2005.

- O direito de arrependimento aplica-se também às vendas realizadas fora do estabelecimento comercial, seja qual for a modalidade utilizada para estas vendas. - O prazo para exercer a livre resolução do contrato abrange também as compras efetuadas em leilões online (como ebay), excetuando, as feitas por vendedor não profissional.
- O prazo de 14 dias começa a contar a partir do recebimento do produto pelo consumidor e não a partir da data da compra.

Na União Europeia a pratica de devolver produtos comprados, exercendo o direito de arrependimento, é tão comum que existe um termo para definir esse tipo de consumidor. Chamado de serial returner (algo como devolvedor em série, em português). São pessoas que fazem muitas compras pela internet e devolvem uma grande parte delas.

#### **4.8.2 Estados Unidos**

O instituto do arrependimento é adotado em muitos países inclusive nos Estados Unidos, através da política denominada de “returns” ou “refunds”; as lojas aceitam a devolução do produto somente porque o consumidor mostrou-se insatisfeito com a compra; o prazo é de 30 dias e não é necessário o apontamento de defeito no produto.

Cada Estado tem a sua própria lei. A Lei do Estado da Flórida assegura que os comerciantes que não oferecem reembolsos devem postar este fato onde os clientes possam ver, na loja, no recibo ou na internet por exemplo. E somente na falta deste requisito, é que os clientes podem devolver o produto e terão um reembolso total no prazo de 20 dias após a compra. E, se houver divulgação da política de troca e devolução da loja, são estas regras que irão prevalecer.

Ou seja, o prazo de devolução e condições para isso variam bastante. E, se a loja disser que não aceita devolução, é direito dela e você terá que se submeter. A melhor coisa a fazer é perguntar antes de pagar qual é a política de troca e devolução adotada pela empresa. E aí decidir se compra ou não o produto.



## 5 CONCLUSÃO

As relações de consumo, o direito de arrependimento e, mais notadamente, o alargamento deste direito foram os objetos do presente trabalho acadêmico. O Código de Defesa do Consumidor promulgado há quase 28 anos, vem sendo reformulado através de projetos de lei e decretos com finalidade de seguir as mudanças ocorridas no comércio neste espaço de tempo. A mudança mais notável é a maneira como consumimos, como as vendas são realizadas. Surgiram intermináveis discussões sobre a aplicabilidade do CDC nestas condições. O comércio através da internet é o que suscitou mais discussões, ensejando a normatização das lacunas nas leis existentes. A importância de entender o direito de arrependimento e saber quando o utilizar é um assunto de importância para os operadores de direito, por ser um assunto atual e por gerar muitos litígios nas relações de consumo.

Neste trabalho, inicialmente, foram esclarecidos alguns conceitos e princípios referentes a relação de consumo, considerados essenciais para chegarmos ao tema principal. Conceituamos consumidor, fornecedor e a relação de consumo. Esclarecemos a posição de cada um nesta relação, juntamente com a aplicação do CDC como arma de proteção ao consumidor.

No capítulo seguinte estudamos os principais direitos e deveres da relação de consumo para chegarmos finalmente ao direito de arrependimento. Analisando todos estes direitos, verificamos que a vulnerabilidade do consumidor é a razão dessas medidas que visam aprimorar progressivamente sua proteção. Por se utilizar de meios abusivos para vender o seu produto, o fornecedor põe o consumidor em posição de desvantagem. O fornecedor se utiliza de propaganda enganosa, técnicas agressivas de venda e outros meios censuráveis. O consumidor por sua vez se vê impelido a concretizar uma compra que talvez não fizesse se não estivesse sob esta. O livre arbítrio do consumidor passa a ser viciado por atuação destas práticas comerciais.

O último capítulo foi destinado a esmiuçar o artigo 49 do CDC (Direito de Arrependimento), falou-se dele em maneira geral e depois mais atentamente nas compras feitas através da internet, seja pelo computador ou pelo celular. Discutiu-se casos específicos e foram pesquisadas jurisprudências referentes a estas situações.

Conforme as novas situações acontecem surgem alterações das normas vigentes, bem como a edição de novas. Ao compararmos as normas nacionais às do exterior, verificamos a preocupação geral de salvaguardar o consumidor. Porém ainda há muito a ser feito. Ainda é necessário que haja uma reformulação da atual legislação consumerista a fim de que as normas se tornem cada vez mais precisas na proteção do consumidor. Estender o direito de arrependimento às vendas dentro do estabelecimento comercial beneficiaria o comprador presencial, que é atingido frequentemente por práticas abusivas, assim como ocorre com o consumidor à distância.

Este estudo não tem a pretensão de esgotar a discussão, mas formar bases a fim de buscar soluções para os atuais e futuros problemas do comércio tradicional e eletrônico em relação ao direito de arrependimento.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **Manual do Direito do Consumidor**. 2ª ed. rev. atual. e ampl. – São Paulo: Saraiva, 2006.

ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Contrato eletrônico no novo Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor**. Barueri, SP: Manole, 2004.

ANTT. **Agência Nacional de Transportes Terrestres**. Disponível em: <<http://www.antt.gov.br/>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima e BESSA, Leonardo. **Manual de Direito do Consumidor**. 5ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Relação de consumo e aplicação do Código de Defesa do Consumidor**. 2. ed. Revista e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2009 p. 87.

BRASIL. Alagoas. Tribunal de Justiça de Alagoas. - AI: 00064743920128020000 AL 0006474-39.2012.8.02.0000, Relator: Des. Tutmés Airan de Albuquerque Melo, Data de Julgamento: 29/04/2013, 1ª Câmara Cível, Data de Publicação: 05/06/2013. Disponível em: <<https://tj-al.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/125572076/agravo-de-instrumento-ai-64743920128020000-al-0006474-3920128020000>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. - CC nº 92.519/SP - Conflito de Competência 2007/0290797-4, tendo como relator o Ministro Fernando Gonçalves, da 2º Seção do STJ, j. De 16.02.2009, DJe de 04.03.2009. Disponível em: <<https://www.stj.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. - Recurso Especial 476.428 SC 2002 014.624-5. Julgamento: 18/04/2005 Órgão Julgador: T3 - TERCEIRA TURMA Publicação: DJ 09.05.2005. Disponível em: <<https://www.stj.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. - Recurso Especial 716.877. Relator: Ministra Nancy Andrighi, Data de Julgamento: 10/02/2009, T3 - TERCEIRA TURMA Data de Publicação: DJ 23/04/2007 p. 257. Disponível em: <<https://www.stj.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. REsp: 930351 SP 2007/0045219-3, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 27/10/2009, T3 - TERCEIRA TURMA. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/5684542/recurso-especial-resp-930351-sp-2007-0045219-3>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BRASIL. Brasília. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 1340604 RJ 2012/0141690-8, Relator: Ministro Mauro Campbell Marques, Data de Julgamento:

15/08/2013, T2 - SEGUNDA TURMA. Disponível em: <<https://www.stj.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BRASIL. Brasília. Supremo Tribunal Federal. - ADI: 2591 DF, Relator: Carlos Velloso, Data de Julgamento: 07/06/2006, Tribunal Pleno, Data de Publicação: DJ 29-09-2006 PP-00031 EMENT VOL-02249-02 PP-00142. Disponível em: <<http://www.stf.gov.br>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 3514 de 2015**. Brasília. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052488>>. Acesso em 03 de junho de 2018, às 15:00.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 01 jun. 2018.

BRASIL. **Decreto Lei 7.962 de 15 de março de 2013**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. Distrito Federal. TJ/DFT Acórdão n. 1068365. Relator Des. César Loyola, 2ª Turma Cível TJ/DFT, data de julgamento: 13/12/2017, publicado no DJe: 19/12/2017. Disponível em: <<http://tjdf.jus.br/institucional/jurisprudencia/jurisprudencia-em-foco/cdc-na-visao-do-tjdf-1/definicao-de-consumidor-e-fornecedor/mitigacao-da-teoria-finalista-para-o-finalismo-aprofundado>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. Distrito Federal. Tribunal de Justiça do Distrito Federal APC 20140910292168, Relator: Mario-Zam Belmiro, Data de Julgamento: 24/02/2016, 2ª Turma Cível, Data de Publicação DJE: 01/03/2016. Disponível em: <<https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/310267547/apelacao-civel-apc-20140910292168>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. Distrito Federal. Tribunal de Justiça do Distrito Federal ACJ 20130111143480 DF 0114348-08.2013.8.07.0001, Relator: Luis Martius Holanda Bezerra Junior, Data de Julgamento: 04/02/2014, 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, Data de Publicação: Publicado no DJE: 18/03/2014. Pág.: 390. Disponível em: <<https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/116594513/apelacao-civel-do-juizado-especial-acj-20130111143480-df-0114348-0820138070001>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. Distrito Federal. Tribunal de Justiça do Distrito Federal EIC 20120110360896, Relator: Jair Soares, Data de Julgamento 3 de Novembro de 2014, 2ª Câmara Cível, Data de Publicação DJE: 18/11/2014. Pág.: 102 Disponível em: <<https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/311515125/embargos-infringentes-civeis-eic-20120110360896>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. **Lei 1.060 de 05 de fevereiro de 1950**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L1060.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L1060.htm). Acesso em: 03 jun. 2018.



BRASIL. **Lei 9.099 de 26 de setembro de 1995**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9099.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9099.htm)>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. **Lei 3.071 de 01 de janeiro de 1916**. Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L3071.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L3071.htm)>. Acesso em: 01 jun. 2018.

BRASIL. **Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002**. Código Civil de 2002. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm)>. Acesso em: 01 jun. 2018.

BRASIL. **Lei 556 de 25 de junho de 1850**. Código Comercial de 1850. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L0556-1850.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L0556-1850.htm)>. Acesso em: 01 jun. 2018.

BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm)>. Acesso em: 01 jun. 2018.

BRASIL. Rio de Janeiro. Tribunal de Justiça de Rio de Janeiro RI: 00380536220078190014 RJ 0038053-62.2007.8.19.0014, Relator: Ricardo de Andrade Oliveira, Quarta Turma Recursal, Data de Publicação: 06/11/2008. Disponível em: <<https://tj-rj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/135243954/recurso-inominado-ri-380536220078190014-rj-0038053-6220078190014?ref=amp>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. Rio Grande do Sul. Tribunal de Justiça de Rio Grande do Sul Recurso Cível: 71000832154 RS, Relator: Ricardo Torres Hermann, Data de Julgamento: 13/04/2006, Primeira Turma Recursal Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 19/04/2006. Disponível em: ><https://tj-rs.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7943355/recurso-civel-71000832154-rs/inteiro-teor-102489818?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. Rio Grande do Sul. Tribunal Regional Federal da 4ª Região AG: 38924 PR 2009.04.00.038924-1, Relator: Maria Lúcia Luz Leiria, Data de Julgamento: 26/01/2010, TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: D.E. 10/02/2010. Disponível em: <https://trf-4.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/17136525/agravo-de-instrumento-ag-38924-pr-20090400038924-1-trf4?ref=serp>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. Santa Catarina. Tribunal de Justiça de Santa Catarina - AI: 59066 SC 2007.005906-6, Relator: José Carlos Carstens Köhler, Data de Julgamento: 27/05/2009, Quarta Câmara de Direito Comercial, Data de Publicação: Agravo de Instrumento n. , de Palhoça. Disponível em: < <https://tj-sc.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/6537126/agravo-de-instrumento-ai-59066-sc-2007005906-6/inteiro-teor-12639054?ref=serp>>. Acesso em: 12jun. 2018.

BRASIL. São Paulo. Tribunal de Justiça de São Paulo 10266117120178260100 SP 1026611-71.2017.8.26.0100, Relator: Tasso Duarte de Melo, Data de Julgamento: 16/04/2018, 12ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 16/04/2018. Disponível em: <<https://tj->

sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/568912648/10266117120178260100-sp-1026611-7120178260100/inteiro-teor-568912668?ref=juris-tabs>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. São Paulo. Tribunal de Justiça de São Paulo APL: 9000157542010826 SP 9000157-54.2010.8.26.0037, Relator: Carlos Alberto Garbi, Data de Julgamento: 10/08/2011, 26ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 11/08/2011. Disponível em: <<https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/20221985/apelacao-apl-9000157542010826-sp-9000157-5420108260037/inteiro-teor-104857335?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei 281 de 2012**. Brasília. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>>. Acesso em: 03 jun. 2018

CRAIDE, Sabrina. **Conheça as novas regras para o transporte aéreo aprovadas pela ANAC**. Agência Brasil. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-12/conheca-novas-regras-paraotransporte-aereo-a>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**, 3ª edição, Editora Forense Universitária

GRINOVER, Ada Pellegrini, NERY Jr, Nelson, WATANABE, Kazuo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 8 ed. Rio de Janeiro – RJ: Forense Universitária, 2005

MIRAGEM. Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª ed. rev. atual. e ampl. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

NUNES. Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**, 2.ed.rev.mod. e atual. São Paulo. Saraiva, 2005.