

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE

BACHARELADO EM DIREITO

NEIVITON DE JESUS SANTOS

**DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS COMPRAS REALIZADAS EM
AMBIENTES ELETRÔNICOS: UMA ABORDAGEM DO DIREITO CONSUMERISTA
QUANTO A APLICAÇÃO DO PRAZO DE DESISTÊNCIA NOS CONTRATOS
ELETRÔNICOS DE PASSAGEM AÉREA**

**ARACAJU
2016**

NEIVITON DE JESUS SANTOS

**DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS COMPRAS REALIZADAS EM
AMBIENTES ELETRÔNICOS: UMA ABORDAGEM DO DIREITO CONSUMERISTA
QUANTO A APLICAÇÃO DO PRAZO DE DESISTÊNCIA NOS CONTRATOS
ELETRÔNICOS DE PASSAGEM AÉREA**

Monografia apresentada a Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE, como requisito parcial de conclusão do curso de Bacharelado em Direito.

Orientador:

Prof. Me. Afonso Carvalho de Oliva

**ARACAJU
2016**

NEIVITON DE JESUS SANTOS

**DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS COMPRAS REALIZADAS EM
AMBIENTES ELETRÔNICOS: UMA ABORDAGEM DO DIREITO CONSUMERISTA
QUANTO A APLICAÇÃO DO PRAZO DE DESISTÊNCIA NOS CONTRATOS
ELETRÔNICOS DE PASSAGEM AÉREA**

Monografia apresentada como exigência parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito, à comissão julgadora da Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE.

Aprovada em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Afonso Carvalho de Oliva
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE

Prof. Ma. Patrícia Andrea Cáceres Da Silva
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE

Prof. Ma. Kleyse Galdino Francisco
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE

Dedico este trabalho aos meus amados pais e aos meus irmãos pelo incentivo ao longo da minha formação acadêmica, sem o qual essa conquista não seria possível.

AGRADECIMENTOS

A Deus por me manter firme na fé, pela saúde e força para superar as dificuldades, por me guiar pelos melhores caminhos para que nesse momento pudesse desfrutar da maravilha em concluir a minha graduação.

Ao Padre Marcelo Rossi pelas mensagens recebidas todos os dias no meu email, pelos seus livros e pedidos de orações que me fortaleceu, quando já estava ficando sem paciência em determinados momentos da minha vida.

Ao Padre Farias, pároco da Igreja Nossa Senhora do Rosário, pelo incentivo durante a missa de cura e libertação realizada as quintas-feiras, que muitas das vezes tomado pelo cansaço batia o desânimo, e suas palavras pareciam está sendo dirigidas especialmente para mim, sentia um toque que motivava a alma e ajudava a recomeçar.

Aos meus pais, Joceli dos Santos e Nilda de Jesus Santos, que desde o início me deram apoio e acreditaram na minha capacidade para chegar até aqui. Os obstáculos foram grandes durante esses seis anos de estudo, o quanto foi complicado para manter as despesas, mas tudo isso será recompensado em momento oportuno.

A todos os meus irmãos, Alessandro, Jocenildo, Diclisia e Gleidson, pelo apoio que cada um reservou para mim, expressado de forma particular, mas que também tiveram a sua participação. Destaco a minha irmã Diclisia, que na minha companhia completou mais uma etapa em sua vida, depois de seis anos estudando juntos só tenho a agradecer por seu amparo, alegria e cumplicidade.

Aos meus avós maternos, André Ferreira e Josefa Ribeiro (*in memoriam*), que me deram muito carinho enquanto vivos, só restando a saudade e a gratidão pela parcela de contribuição.

A minha admirada tia, Maria de Fátima (*in memoriam*), sinto muita saudade da pessoa meiga que ela foi para minha vida, seus bons conselhos guardo comigo e reservo hoje as minhas orações a ti.

Aos meus queridos sobrinhos, Breno André Passos Santos e Mateus Henrique Aragão Santos, que, na forma deles, participaram da minha conclusão de curso, principalmente no momento de exaustão eles apareciam para me fazer sorrir.

A minha afilhada linda que amo, Alice, que com sua graça me encantou a ponto de enxergá-la como filha, papel também assumido por mim diante do batismo, agradeço a minha comadre essa honra.

Ao meu grande amigo, Edevanilton Gonçalves, pelo seu companheirismo durante essa fase da minha vida, proporcionando inclusive bons momentos de distração, seu auxílio foi de muita relevância.

A minha amiga, Gisely Roberta, que soube entender o motivo do meu afastamento, em não poder compartilhar dos momentos felizes que sempre realizamos juntos.

Ao meu orientador, Afonso Carvalho de Oliva, pela disponibilidade em aceitar trabalhar comigo o tema que propus, pela liberdade concedida para desenvolver minha pesquisa, por sua paciência no exame do melhor caminho para atingir o objetivo do trabalho, e pela confiança depositada em mim.

Ao professor amigo, Fábio Brito Fraga, pela sua amizade e assistência jurídica, pelos ensinamentos enquanto docente, graças a sua facilidade de ministrar o conteúdo pude assimilar com facilidade toda matéria de Direito Penal I ao Direito Penal IV, parte que mais me identifiquei no curso.

Aos demais professores, sem distinção, pois colaboraram para o meu desenvolvimento e aprendizado, destaco: André Luis, Antonina Gallotti, Augusto César, Clara Angélica, Daniela Ramos, Evânio Moura, Everton Gonçalves, Fernanda Raposo, Fernando Ferreira, José Carlos, Manuel Cruz, Marcelo De Macedo, Matheus Brito Meira, Pedro Durão e Vitor Condorelli.

A todos os colegas de curso que tenho afinidade e que de certa forma contribuíram para este momento.

A todos aqueles que cooperaram de forma direta ou indireta para o sucesso deste trabalho.

A lei tem por função proteger os fracos
contra os fortes.

Jean Calais - Auloy

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo esclarecer as divergências em torno da aplicabilidade do direito de arrependimento do consumidor nos contratos de passagem aérea celebrados pela *internet*. Por se tratar de um tema que ainda é pouco abordado pela doutrina, fez-se necessário recorrer a jurisprudência dos tribunais para entender qual posicionamento predominante neste âmbito jurídico, a pesquisas bibliográficas no ramo do direito do consumidor, bem como a artigos acadêmicos que versam sobre esta matéria. O trabalho separa-se principalmente em duas partes: a primeira está voltada a apresentar a origem do Direito do Consumidor, destaca-se as relações de consumo na sociedade primitiva, cuja sua evolução se deu com o atual cenário tecnológico, contribuindo desta forma para edição de uma norma que atendesse às necessidades do consumidor na sociedade moderna. A segunda, por sua vez, aborda aspectos como conceito, princípios, natureza jurídica em torno do disposto no art. 49 do CDC, embora o referido artigo não faça referência expressa ao termo *internet* para aplicação do direito de arrependimento, foi necessário buscar ampliação de tal direito nesta modalidade de aquisição. Contudo, a aplicação do direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de transporte aéreo, sofre algumas interferências pelas empresas deste setor, visto que este direito não está sendo observado na sua plenitude. De modo que, se recomenda a observância do princípio da boa-fé objetiva e da vulnerabilidade do consumidor, a fim de objetivar harmonia entre as partes do contrato, respeitando o direito de arrependimento inerente ao consumidor, ao passo que se respeite a proteção legal dada ao fornecedor na relação contratual.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Contratos eletrônicos. Transporte aéreo. Direito de Arrependimento.

ABSTRACT

The present work aims to clarify the differences around the applicability of consumer repentance law in airfare contracts over the internet. Because it is a topic that is still not covered by the doctrine, it was necessary to resort to law courts to understand which predominant position in this legal framework, the literature searches in the consumer branch of law and the academic articles that deal with this matter. The work is divided mainly into two parts: the first is aimed at presenting the origin of Consumer Law, the consumer relations in primitive society are highlighted, whose evolution has occurred with the current technological scenario, thus contributing to editing of a standard that would meet the needs of consumers in modern society. The second, in turn, addresses aspects such as concept, principles, legal nature around the provisions in art. 49 of the CDC, although the article does not expressly refer to the term internet for the application of the right of repentance, it was necessary to seek extension of such right in this modality of acquisition. However, the application of the right of repentance in electronic air transport contracts, is subject to some interference by the companies of this sector, since this right is not being observed in its fullness. It is therefore recommended that the principle of objective good faith and consumer vulnerability be respected in order to achieve harmony between the parties to the contract, while respecting the right of repentance inherent to the consumer, while respecting the legal protection given to the supplier in the contractual relationship.

Keywords: Consumer Law. Electronic Contracts. Air Transport. Law of Repentance.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AResp	Agravo de Recurso Especial
ART	Artigo
CCB	Código Civil Brasileiro
CDC	Código de Defesa do Consumidor
IDEC	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
PL	Projeto de Lei
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TJDFT	Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios
TJSE	Tribunal de Justiça do Estado de Sergipe

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	12
2.	SURGIMENTO DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	17
2.1.	Sujeitos da relação de consumo	17
2.1.1.	Do consumidor e do fornecedor.....	17
2.1.2.	Do produto ou serviço	19
2.2.	Da evolução das relações de consumo	21
2.3.	Caráter principiológico do Código de Defesa do Consumidor	22
3.	PREVISÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO.....	25
3.1.	Aspectos gerais	25
3.2.	Flexibilização e fundamentos para aplicabilidade do prazo de arrendimento.....	27
4.	DIREITO DE ARREPENDIMENTO NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS DE PASSAGEM AÉREA	29
4.1.	Divergência da jurisprudência.....	30
4.2.	Da natureza do contrato de transporte aéreo.....	32
4.3.	Da aplicabilidade do direito de arrendimento nos contratos eletrônicos de transporte aéreo	34
5.	POSICIONAMENTO JURISPRUDENCIAL	40
5.1.	No âmbito do Superior Tribunal de Justiça.....	40
5.2.	No âmbito do Tribunal de Justiça de Sergipe.....	42
	CONCLUSÃO.....	45
	REFERÊNCIAS	48

1. INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor foi instituído no Brasil pela Lei nº 8.078 em 11 de setembro de 1990 e revolucionou o século XX, visto que os seus efeitos tomaram uma dimensão muito maior do que se almejava, esperava-se inicialmente a norma regulamentar as relações de consumo, mas acabou inovando no ordenamento jurídico e trazendo importantes mudanças para a doutrina e jurisprudência.

Com o crescente número de brasileiros utilizando transporte aéreo, este meio de condução tornou-se típico e comum nas relações de consumo, aliado a isso vieram os abusos e desrespeito das empresas do ramo, descumprindo o disposto nos dispositivos legais pertinentes a esse tema. A partir disso, houve um aumento significativo ao longo dos anos no número de reclamações registradas por consumidores nos órgãos de proteção, além das situações rotineiras a exemplo de falhas ou deficiência na prestação de serviço, existem aquelas advindas do desrespeito ao direito de desistência, como a aplicação de taxas abusivas, a devolução parcial do valor pago a título de passagem aérea, etc.

Por essa razão, o tema apresentado possui importância e destaque na atualidade, tanto no âmbito acadêmico que se justifica no desenvolvimento da capacidade crítica e a compreensão jurídica sobre o tema, tal como na esfera jurídica que se fundamenta na possibilidade das discussões a respeito do tema e da relevância de causar algum efeito prático no plano forense, de modo a contribuir para interpretação da legislação vigente, bem como de regulamentar em norma específica tal tema que requer maior zelo, já que surgem novas tecnologias e não se pode deixar a parte vulnerável da relação contratual desamparada juridicamente.

O presente trabalho fará uma análise mais aprofundada, a fim de esclarecer um pouco esse cenário acerca da aplicação do direito de arrependimento assegurado ao consumidor no âmbito da compra de passagens aéreas pela *internet*, e também dos seus desdobramentos no tocante à legalidade de multas abusivas em caso de alteração ou cancelamento de voo, vez que se trata de uma conduta repetitiva e onerosa para aqueles que dependem desse meio de transporte.

Assim, uma pergunta indispensável se apresenta:

Existe alguma perspectiva de aplicar o dispositivo jurídico encontrado no bojo do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, no que diz respeito ao direito de arrependimento nas compras de passagem aérea através da *internet*?

Destarte, para obter resposta algumas questões norteadoras se aplicam:

Como se originou e de que forma se aplica o direito de arrependimento nas relações de consumo?

A partir de que momento o consumidor pode exercer seu direito potestativo de arrepender-se?

Qual a importância de se estender o direito de desistência para as compras de bilhete aéreo?

De que maneira se posicionam as empresas aéreas em relação ao prazo de arrependimento do consumidor nos contratos eletrônicos de passagem aérea?

Havendo desistência da compra de bilhete aéreo, o que ocorre com os valores eventualmente pagos?

Como se posiciona a doutrina e a jurisprudência dos tribunais, quanto à aplicação do art. 49 do CDC nas compras de passagem aérea pela *internet*?

Feito isso, baseados nessas questões norteadoras e a partir do exame do tema, pode-se estabelecer parâmetros para uma melhor interpretação do dispositivo legal.

O objetivo central deste trabalho é analisar sobre a ótica do Direito Consumerista a possibilidade de aplicação do prazo de desistência, previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor e também garantido pelo Decreto nº 7962/2013, no que tange aos contratos de passagem aérea celebrados pela *internet*.

Os objetivos específicos devem demonstrar o caminho a percorrer desde a origem do problema até o alcance do objeto final, enumerados conforme a seguir: identificar o contexto histórico em torno do surgimento do direito de arrependimento do consumidor, apontar o momento correto de exercer o direito de desistência: da assinatura do contrato ou recebimento do produto, demonstrar que a compra de passagem aérea se trata de uma relação de consumo, especificar o motivo que as empresas aéreas apresentam para afastar a aplicabilidade do direito de arrependimento do consumidor, analisar a existência de cláusulas abusivas e suposto

desrespeito referente a devolução do valor do bilhete aéreo, abordar o posicionamento da doutrina e jurisprudência na aplicação do direito de desistência nos contratos eletrônicos de transporte aéreo.

O presente trabalho foi desenvolvido a partir de uma pesquisa qualitativa, que visa clarear as controvérsias que giram em torno da aplicação do direito de arrependimento nas compras virtuais de passagem aérea, e realizado na modalidade de levantamentos bibliográficos, pois se buscou conteúdos já produzidos afetos ao tema apresentado (doutrina, artigos acadêmicos, jurisprudência), para elaborar uma nova abordagem a respeito da possibilidade de se utilizar o art. 49 do CDC para o objeto pesquisado.

Para discorrer sobre o tema se faz necessário observar as orientações propostas pelo método dialético, em razão de inicialmente trazer a ideia de aplicação do CDC nas compras de passagem aérea pela *internet*, para adiante apresentar argumentos que confrontem com essa visão, e assim, aferir se efetivamente aplica-se o direito de arrependimento nessas situações. Também merece destaque a utilização do método histórico, visto que deverá ser exposto o contexto histórico que deu origem a temática, através do surgimento do Direito do Consumidor na sociedade antiga, bem como se procedeu a sua evolução para regulamentar a sociedade moderna.

Pode-se notar que o assunto é dinâmico e envolve entendimentos que ainda não estão pacificados, e que existem muitas controvérsias no tocante a aplicação do direito de arrependimento referente aos contratos virtuais de passagem aérea, uma vez que doutrinadores e jurisprudências buscam um consenso acerca desse tema.

O propósito deste trabalho é contribuir para o estudo da proteção contratual atribuída ao consumidor, visando determinar o alcance do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, no tocante ao instituto que assegura o direito de arrependimento, especialmente nos contratos de passagem aérea firmados via *internet*, vez que ainda é um tema considerado obscuro, por essa razão se mostra bastante oportuno estudá-lo.

A estrutura do presente trabalho encontra-se da seguinte forma:

A introdução, composta pela contextualização do atual momento em torno do transporte aéreo e seus desdobramentos.

No segundo capítulo destaca-se alguns aspectos como: surgimento do direito do consumidor, permeando pela sua origem; os envolvidos da relação consumerista (consumidor, fornecedor, produto ou serviço), aqui vale ressaltar a contribuição significativa da doutrina para encontrar um conceito que reuni os principais aspectos do consumidor; o produto ou serviço, o legislador se preocupou em elucidar de forma clara os conceitos destes objetos, parte indispensável da relação; ressalta-se também a evolução desta relação que migrou da simples troca de mercadorias para grandes transações, diante disso e devido aos avanços tecnológicos surgiu a necessidade de criar uma norma disciplinadora para regulamentar esta matéria. Por fim, a importância do Código de Defesa do Consumidor como norma reguladora para as relações de consumo, e como esta contribuiu para atualização do entendimento doutrinário e jurisprudencial; noções básicas dos princípios e regras que interagem com a lei consumerista.

No terceiro capítulo são estabelecidos aspectos gerais a respeito do direito de arrependimento do consumidor, como: aquisição de produtos fora do estabelecimento comercial; qual o prazo, maneira e momento que se inicia a contagem; interpretação extensiva da norma para alcançar a compra via *internet*; impossibilidade de aplicação do direito de desistência nas compras realizadas dentro do estabelecimento comercial; desnecessidade de justificativa para exercer o direito de arrependimento; devolução das quantias eventualmente pagas como preconiza o art. 49, parágrafo único; flexibilização da norma jurídica para compras realizadas no interior do estabelecimento comercial.

No quarto capítulo a abordagem gira em torno da problemática, objeto deste trabalho, no que toca ao dispositivo que versa sobre o direito de arrependimento, este artigo está sendo alvo de importantes alterações em torno do prazo, tal como a respeito da inclusão da figura dos contratos eletrônicos firmados por meio eletrônico. Assim surge o debate acerca da aplicação do direito de desistência nas compras de bilhetes aéreos pela *internet*.

O quinto capítulo busca o posicionamento da jurisprudência para entender como está sendo decidida situações semelhantes a essas, para o Superior Tribunal de Justiça aponta com muita clareza a favor do consumidor, no sentido de reconhecer o Código de Defesa do Consumidor como norma principal que rege as relações de consumo aplicadas ao contrato eletrônico de transporte aéreo. Em nível Estadual, o

Tribunal de Justiça do Estado de Sergipe vem decidindo de forma transparente seguindo o entendimento do STJ, aplicando o direito de arrependimento nas compras de passagens aéreas realizadas pela *internet*.

E por fim, a conclusão, na qual serão apresentados os resultados alcançados neste trabalho em torno da matéria escolhida, buscando colacionar respostas para todas as questões norteadoras deste estudo.

2. SURGIMENTO DO DIREITO DO CONSUMIDOR

A origem do Direito do Consumidor para regulamentação das relações de consumo, deu-se com a Revolução Industrial do aço e do carvão, o que favoreceu o grande crescimento populacional da zona rural para a área urbana, possibilitando acesso facilitado aos bens de consumo. Salienta Fabrício Bolzan de Almeida (2013, p. 40):

Com o advento da Revolução Industrial do aço e do carvão houve grande migração da população residente na área rural para os grandes centros urbanos. Este novo contingente populacional começou, ao longo dos tempos, a manifestar ávido interesse pelo consumo de novos produtos e serviços capazes de satisfazer suas necessidades materiais.

É inegável que todos os seres humanos são consumidores, independentemente da condição social. O consumo surge com o nascimento e se prolonga por toda nossa existência. Os motivos são dos mais variados, como por exemplo para nossa sobrevivência ou até mesmo para simplesmente consumir, resume-se no desejo, na vontade de adquirir produto e/ou serviço.

2.1. Sujeitos da relação de consumo

Para que exista uma relação de consumo é necessário que haja bilateralidade, em um polo o fornecedor, aquele que se dispõe a fornecer produtos e/ou serviços, em outro polo o consumidor, parte vulnerável da relação contratual, que se submete as condições aplicadas pela parte detentora do fornecimento de produtos e/ou serviços.

2.1.1. Do consumidor e do fornecedor

Para ilustrar a existência de bilateralidade nas relações de consumo, e sua verticalidade quanto a posição desigual entre consumidor e fornecedor, sendo este parte detentora das condições contratuais, o autor João Batista de Almeida (2003, p. 1) entende que:

As relações de consumo são bilaterais, pressupondo numa ponta o fornecedor — que pode tomar a forma de fabricante, produtor, importador, comerciante e prestador de serviço —, aquele que se dispõe a fornecer bens e serviços a terceiros, e, na outra ponta, o consumidor, aquele subordinado às condições e interesses impostos pelo titular dos bens ou serviços no atendimento de suas necessidades de consumo.

Conceituando consumidor o artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor dispõe que:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Nos ensinamentos de Sergio Cavalieri Filho (2008, p. 58), consumidor é:

Aquele que, em posição de vulnerabilidade no mercado de consumo e não profissionalmente, adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatário fático e econômico desses produtos ou serviços, visando à satisfação de suas necessidades pessoais, ou das de sua família, ou das de terceiros que se subordinam por vinculação doméstica ou protetiva a ele.

Para José Geraldo Brito Filomeno (2015, p. 25), o consumidor vem a ser:

[...] qualquer pessoa física que, isolada ou coletivamente, contrate para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou a locação de bens, bem como a prestação de serviços. Além disso, há que se equiparar a consumidor a coletividade que, potencialmente, esteja sujeita ou propensa à referida contratação [...].

A doutrina em geral contribuiu significativamente no alcance de um conceito para consumidor, pois há tendência de aceitar a concepção econômica do consumidor, que gira em torno da ideia de vulnerabilidade, como parte mais frágil da relação contratual, no entanto essa ideia nem sempre é aceita pelo Direito, pois outros fatores podem interferir nesse conceito, como aspectos psicológicos, sociológicos, literários, filosóficos, políticos etc.

Já para o conceito de fornecedor, o autor Luiz Antônio Rizzatto Nunes (2012, p. 135) esclarece:

[...] São fornecedores as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no País, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta etc.

Sergio Cavalieri Filho (2008, p. 61) traz sua contribuição quanto a definição de fornecedor:

[...] todos aqueles que, mesmo sem personalidade jurídica (“entes despersonalizados”), atuam nas diversas etapas do processo produtivo (produção-transformação-distribuição-comercialização-prestação), antes da chegada do produto ou serviço ao seu destinatário final.

O Código de Defesa do Consumidor define fornecedor em seu art. 3º:

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.

O próprio dispositivo legal praticamente esgota as possibilidades existentes para se considerar fornecedor, observa-se, portanto, que o legislador se preocupou em enumerar as hipóteses que se enquadram como fornecedor, ao contrário do artigo que versa sobre a definição de consumidor, que não foi suficiente para esgotar as possibilidades para qualificá-lo, necessitando complementação da doutrina em geral para se aproximar da ideia de consumidor, destarte, o fornecedor não é apenas aquele que fabrica ou produz de forma artesanal ou industrial, mas também aquele que comercializa seus produtos em vários pontos localizados pelo território.

2.1.2. Do produto ou serviço

Como já foi dito, a relação de consumo acontece por intermédio dos sujeitos, o consumidor, o fornecedor, e a coisa, objeto do interesse da relação, que pode ser produto e/ou serviço.

O produto entre as várias classificações, ressalta-se quanto ao bem móvel e imóvel, seguindo as disposições do Código Civil Brasileiro nos seus artigos 79 e 84. Em uma simples definição o bem móvel é aquele que pode ser transportado sem que haja destruição, a exemplo de um automóvel, conseqüentemente, o bem imóvel é aquele que sua remoção implica em destruição ou deterioração, a exemplo de uma casa. O produto é “aquilo que resulta do processo de produção ou fabricação”. (FILHO, 2008, p. 63)

Ensina Brunno Pandori Giancoli (2012, p. 41):

Produtos são necessariamente bens económicos introduzidos pelo fornecedor no mercado de consumo. Os produtos resultam de um processo de produção ou fabricação, ou seja, resultante de atividade empresarial em série de transformação económica. Quanto aos bens do setor primário, tal como são os de natureza agrícola, entende-se que serão incluídos sob a esfera do CDC, tanto in natura, como após transformação, por intervenção do trabalho humano ou mecânico.

O Código Consumerista versa sobre a matéria em seu art. 3º, § 1º:

Art. 3º

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

Quanto a prestação de serviço, para ser configurada e regida pela Lei Consumerista, deverá ser realizada por alguém que se enquadre nas condições de fornecedor e consumidor, que constitua uma atividade mercadológica e não um ato isolado de mercado, e que os serviços objeto da relação de consumo serão prestados mediante remuneração.

Sergio Cavalieri Filho (2008, p. 65) bem pontua em relação a definição de serviço:

[...] é de se afirmar, que a característica marcante da abrangente definição de serviços, para fins de proteção do consumidor, é a de que os mesmos devem ser prestados **mediante remuneração** – com expressa ressalva daquela prestação de serviços decorrente de contrato de trabalho, mediante vínculo de subordinação e dependência com o contratante, porque, neste caso, regida pelas leis trabalhistas.

Reza o Código do Consumidor em seu art. 3º, § 2º:

Art. 3º

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Nesse contexto, nota-se diante do referido artigo a preocupação do legislador em apresentar o que seria serviço de uma maneira mais completa possível, e define como sendo toda atividade desenvolvida em prol do consumidor.

2.2. Da evolução das relações de consumo

Percebe-se que às relações de consumo evoluíram nos últimos tempos, saindo das trocas de mercadorias pessoais e diretas, a qual se conhece aquele que compra e o que vende, e dando espaço para as transações impessoais e indiretas, em que não se conhece ou ver o fornecedor, é o caso dos grandes estabelecimentos comerciais e industriais, supermercados, shoppings etc.

Nesse sentido devido as mudanças no mercado de consumo, era fundamental a edição de uma norma para proteger o consumidor dessas modificações nas relações de consumo, conforme demonstra: “Como era de esperar, essa modificação das relações de consumo culminou por influir na tomada de consciência de que o consumidor estava desprotegido e necessitava, portanto, de resposta legal protetiva.” (ALMEIDA, 2003, p. 2)

A norma que veio para regulamentar as relações de consumo, buscou sempre proteger a parte vulnerável da relação contratual, qual seja: o consumidor. O direito como instrumento fundamental da sociedade, acompanha as modificações nos relacionamentos entre pessoas, assim surge a necessidade de uma norma legal para amparar tais situações, afim de objetivar a paz social. Nesse contexto menciona Brunno Pandori Giancoli e Marco Antonio Araujo Junior (2012, p. 22):

A normatização do consumo levou o tema a um inevitável processo de juridicização dos relacionamentos daí decorrentes, os quais sempre enfocaram a tutela de um dos sujeitos da relação, qual seja: o consumidor. O direito, conquanto seja essencial à sociedade, acompanha a condição humana de consumo, diante dos entrecosques dos relacionamentos entre as pessoas [...].

Já se podia notar a presença de normas disciplinadoras nas relações entre indivíduos em várias sociedades primitivas, a exemplo do Código de Manu e Constituição de Atenas. Assim expõe o conteúdo desses documentos o autor José Geraldo Brito Filomeno (2007, p. 4):

[...] Nesses documentos históricos existem, preocupações comuns, tais como a segurança, qualidade, garantia e a prevenção de danos nas relações de consumo em geral, especialmente aqueles que envolviam a tomada de serviços e a aquisição de mercadorias de terceiros.

Ressalta-se a proteção dada na Idade Média à relação de consumo, sobretudo na França e Espanha, onde observava-se rigorosamente qualquer alteração de produtos, em particular vinho e manteiga, que ficavam à disposição nos mercados consumeristas. No entanto, a proteção jurídica atribuída aos consumidores nos padrões atuais, deu-se no final do século XIX, unidos aos trabalhadores dos frigoríficos de Chicago, que pleiteavam melhores salários.¹

2.3. Caráter principiológico do Código de Defesa do Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor foi a uma lei que revolucionou o século XX. Embora tenha sido criado para regulamentar as relações de consumo, as inovações decorrentes dessa norma implicaram em grandes mudanças no ordenamento jurídico brasileiro, e contribuiu para doutrina e jurisprudência atualizarem os seus entendimentos.

Dispõe Fabrício Bolzan de Almeida (2013, p. 55):

O Código de Defesa do Consumidor é considerado uma lei principiológica, isto é, está constituído de uma série de princípios que possuem como objetivo maior conferir direitos aos consumidores, que são os vulneráveis da relação, e impor deveres aos fornecedores.

¹ GIANCOLI, Brunno Pandori; JUNIOR, Marco Antonio Araujo. **Difusos e Coletivos. Direito do Consumidor**. 3. ed. rev. atual e amp. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2012. p. 23.

Sobre o conceito de lei principiológica, salienta Rizzato Nunes (2012, p. 114):

Como lei principiológica entende-se aquela que ingressa no sistema jurídico, fazendo, digamos assim, um corte horizontal, indo, no caso do CDC, atingir toda e qualquer relação jurídica que possa ser caracterizada como de consumo e que esteja também regrada por outra norma jurídica infraconstitucional. Assim, por exemplo, um contrato de seguro de automóvel continua regulado pelo Código Civil e pelas demais normas editadas pelos órgãos governamentais que regulamentem o setor (Susep, Instituto de Resseguros etc.), porém estão tangenciados por todos os princípios e regras da lei n. 8.078/90, de tal modo que, naquilo que com eles colidirem, perdem eficácia por tornarem-se nulos de pleno direito.

O Código do Consumidor baseou-se em princípios e regras, e trouxe muitos efeitos positivos, que nenhuma outra lei até então tinha cumprido com eficiência o seu papel.

O papel das regras e princípios são distintos, enquanto as regras tipificam a conduta adequada para cada momento em específico, os princípios desempenham várias funções no ordenamento jurídico, ocupando em primeiro lugar a função estruturante, que visa proporcionar unidade e harmonia ao conjunto de normas jurídicas. Dessa maneira, explica Sergio Cavalieri Filho (1995, p. 299):

Regras e princípios desempenham funções distintas dentro do ordenamento jurídico. Enquanto as regras, por sua própria definição, têm por finalidade estabelecer a conduta adequada para hipóteses específicas, perfeitamente caracterizadas, sob a forma de tudo ou nada, os princípios desempenham múltiplas funções, dentre as quais se destaca, em primeiro lugar, **a função estruturante**, isto é, de dar unidade e harmonia ao sistema jurídico, integrando suas diferentes partes. Princípios funcionam como estrutura jurídica de todo o sistema, colunas de sustentação e vigas mestres [...].

Os princípios que norteiam o Código de Defesa do Consumidor, quais sejam o princípio da boa-fé, vulnerabilidade, da informação, da transparência, da segurança, são pilares indispensáveis do sistema jurídico, uma vez que proporciona unidade, harmonia, estabilidade e credibilidade.

Outra função importante dos princípios é a de condicionar a atividade do intérprete, ou seja, condicionam as diretrizes da sociedade, bem como os órgãos de governo que devem observância a esses princípios. Dessa forma, o Direito não pode ser aplicado em pedaços, deve-se observância ao disposto nos princípios, pois deve

existir uma harmonia com todo ordenamento jurídico, uma vez que estes indicam qual o caminho correto para descobrir o valor que é resguardado pela regra.

Segundo Fabrício Bolzan de Almeida (2013, p. 56):

A eleição de certos princípios pelo legislador ordinário buscou, em última análise, o reequilíbrio de uma relação jurídica que é muito desigual. Busca-se, então, a concretização da igualdade material.

A Constituição Federal também reservou a defesa do consumidor no seu art. 5º, XXXII:

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

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

O caráter principiológico fica bem demonstrado conforme explicação da doutrina, bem como através do dispositivo legal disposto na Carta Magna, que demonstra o amparo do Estado ao consumidor. Portanto, percebe-se que toda fundamentação que sustenta o Código de Defesa do Consumidor, está baseada em princípios e regras que destinam regulamentar às relações de consumo.

3. PREVISÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO

A abordagem deste capítulo será feita por meio de dois tópicos, inicialmente refere-se aos aspectos gerais em torno dos critérios estabelecidos para o exercício do direito de arrependimento, ademais, o segundo ponto, diz respeito aos fundamentos para aplicação do prazo de desistência.

3.1. Aspectos gerais

Conforme revela o art. 49 do CDC, quando o consumidor adquirir produtos ou serviços fora do estabelecimento comercial, terá no prazo de sete dias direito de desistência, contados a partir da assinatura do contrato ou recebimento do produto ou serviço. No tocante ao prazo conferido pelo dispositivo legal, constitui um direito potestativo à disposição do consumidor, pois não se submete a vontade do fornecedor, aponta Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves (2014, p. 206-207):

Tal direito de arrependimento, relativo ao *prazo de reflexão* de sete dias, constitui um *direito potestativo* colocado à disposição do consumidor, contrapondo-se a um estado de sujeição existente contra o fornecedor ou prestador. Como se trata do exercício de um direito legítimo, não há a necessidade de qualquer justificativa, não surgindo da sua atuação regular qualquer direito de indenização por perdas e danos a favor da outra parte. Como decorrência lógica de tais constatações, não se pode falar também em incidência de multa pelo exercício, o que contraria a própria concepção do sistema de proteção ao consumidor.

Embora a norma trate especificamente de compras realizadas por telefone ou a domicílio, o rol é meramente exemplificativo, pois no momento da sua edição, importava para o legislador apenas esses dois tipos, mas com o advento da internet necessária se faz a sua inclusão. Salienta Luiz Antônio Rizzato Nunes (2012, p. 710-711):

É verdade que a norma cita apenas por telefone e em domicílio. Contudo, a citação é evidentemente exemplificativa, porquanto o texto faz uso do advérbio “especialmente”. Na época da feitura da norma (1990), chamavam mais a atenção do legislador esses dois tipos, que ainda são os campeões nesse canal de vendas (“diretas” ao

consumidor). Mas note-se o fenômeno da Internet, que tem tudo para ser um excepcional canal de vendas.

Com o fenômeno da oferta exacerbada, o consumidor a todo momento é convocado principalmente pela TV e pela *internet* para adquirir produtos ou serviços. Diante dessa forte influência da publicidade, ocorre muitas vezes a compra por impulso, nos casos em que o produto ou serviço não foi bem verificado pelo contratante, entende-se nesses casos que o consumidor pode exercer o seu direito de arrependimento.

Entretanto, caso a compra tenha sido realizada dentro do estabelecimento comercial, a iniciativa foi do consumidor em se deslocar até o fornecedor para efetuar a compra, nesse sentido o adquirente não goza do pressuposto estabelecido pelo art. 49 do CDC, pois o referido artigo trata apenas da situação fora do estabelecimento comercial. Como se observa na explicação de Rizzato Nunes (2012, p. 711):

Claro que, com o fenômeno da oferta, especialmente por meio da publicidade, o fornecedor está o tempo todo “chamando” o consumidor para adquirir produto ou serviço. Mas, ainda assim, quando a compra é feita no estabelecimento comercial o pressuposto é o de que partiu do consumidor a iniciativa de procurar o fornecedor para fazer a compra.

Para desistir do contrato não se exige qualquer justificativa, basta que o consumidor manifeste objetivamente a sua vontade de forma pura e simples, uma vez que se trata de um direito legítimo do consumidor, não restando direito a indenização por perdas e danos ao fornecedor. Na ótica do autor Rizzato Nunes (2012, p. 714), o consumidor pode expressar sua desistência mediante:

Ora, como para comprar basta que o consumidor utilize o telefone, ou a Internet, ou o correio, para desistir também pode fazê-lo:

- a) avisando o fornecedor pelo telefone;
- b) comunicando-o pela Internet;
- c) notificando-o por correspondência por meio dos correios;
- d) por carta entregue pessoalmente no domicílio do fornecedor, de seu preposto ou representante;
- e) por telegrama enviado pelo posto do correio ou por telefone (“fonegrama”);

f) por notificação via Cartório de Títulos e Documentos, caso queira, etc.

Para fins de contagem de prazo, aplica-se de maneira complementar as disposições do Código Civil, ou seja, exclui o dia do início e inclui o último dia. Caso o dia da contagem inicial for domingo ou feriado, prorroga-se para o primeiro dia útil seguinte, bem como se o último dia for um dia não útil, prorroga-se para o primeiro dia útil posterior.

Uma vez concretizada a desistência, os efeitos do ato são *ex tunc*, isto é, retroagem ao começo como se nunca tivesse existido qualquer relação entre o consumidor e o fornecedor, “dessa forma, operada a desistência, os efeitos da revogação do ato são *ex tunc*, ou seja, retroagem ao início para repor as partes ao *status quo ante*, como se nunca tivessem efetuado a venda e compra”. (NUNES, 2012, p. 716)

As quantias eventualmente pagas serão imediatamente devolvidas, assim dispõe o parágrafo único do artigo 49 do Código Consumerista, tal como qualquer despesa oriunda da devolução do produto ou serviço serão de inteira responsabilidade do vendedor.

3.2. Flexibilização e fundamentos para aplicabilidade do prazo de arrependimento

Os fundamentos do prazo de arrependimento estão divididos em principais e acessórios, o primeiro refere-se ao prazo de reflexão concedido ao consumidor a fim de evitar a compra por impulso, em síntese a pessoa terá a tranquilidade de pensar sobre a compra de algum produto ou serviço, que na realidade não possui utilidade naquele momento, sendo comprado muitas vezes por impulso ou pela forma coercitiva de venda realizada pelo fornecedor, sendo facultado ao consumidor exercer o direito de arrependimento no prazo legal de sete dias, como já foi explicado no capítulo anterior.

Já o último fundamento denominado de acessório, refere-se as restrições que o consumidor pode passar ao contratar e/ou comprar fora do estabelecimento

comercial, as quais não subsistem caso fosse realizada a compra presencialmente, como deduz Fabrício Bolzan de Almeida (2013, p. 854 – 855):

Os fundamentos principais são os de conceder ao consumidor um prazo de reflexão e evitar a compra por impulso. Realmente, nas compras realizadas fora do estabelecimento comercial o consumidor acaba, muitas vezes, precipitando-se no momento da contratação e adquirindo algum produto que não terá qualquer utilidade para a sua vida ou para a de sua família.

Além da fundamentação citada e denominada principal, outros motivos não menos importantes existem e serão por nós chamados de fundamentos acessórios. Desta forma, as contratações fora do estabelecimento comercial restringem o consumidor do direito de:

- testar pessoalmente determinado produto ou serviço;
- compará-los com outros de modelos e marcas diferentes;
- esclarecer dúvidas presencialmente com o fornecedor, apesar de estar bem evoluído o atendimento imediato on-line ou por telefone;
- trocar experiências presencialmente com outros consumidores.

Nota-se ainda que apesar do avanço da tecnologia facilitando as compras pela internet, algumas questões só poderão ser resolvidas presencialmente, conforme a seguinte ilustração: “Em suma, ainda que a tecnologia esteja cada vez mais avançada a ponto de tornar atrativas as contratações realizadas pela internet, por exemplo, algumas questões somente poderão ser resolvidas presencialmente”. (ALMEIDA, 2013, p. 855)

Como já foi visto, o dispositivo consumerista que trata do direito de arrependimento do consumidor é taxativo quanto a sua aplicação apenas para compras realizadas fora do estabelecimento comercial, logo nos contratos firmados dentro do estabelecimento comercial, o aludido direito não incide.

O prazo de arrependimento trazido pelo Código do Consumidor pode ser estendido a critério do fornecedor, mas não reduzido.

4. DIREITO DE ARREPENDIMENTO NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS DE PASSAGEM AÉREA

O tema direito de arrependimento nos contratos eletrônicos é um dos mais relevantes assuntos no âmbito do Direito Consumerista e encontra-se disciplinado no art. 49 da Lei 8.078/1990:

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

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

O dispositivo legal vem apresentando importantes propostas de alteração através do Projeto de Lei 281/2012, como a questão do prazo de sete dias que seria ampliado para quatorze dias, segundo expõe Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves (2014, p. 207):

De qualquer maneira, apesar de sua indiscutível importância social, o dispositivo em análise é alvo de importantes alterações estruturais por meio do Projeto de Lei 281/2012. A primeira delas diz respeito à ampliação do prazo para quatorze dias, assim como ocorre nos Países que compõem a Comunidade Europeia. Nessa linha, o caput do comando passaria a ser assim redigido: “O consumidor pode desistir da contratação a distância, no prazo de quatorze dias, a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço, o que ocorrer por último”.

Destaque-se ainda, que o PL 281/2012 planeja a inclusão expressa de mais um parágrafo para o art. 49 do CDC, estabelecendo a figura dos contratos celebrados por meio eletrônico, ou seja, aquela contratação ou compra realizada fora do estabelecimento comercial, sem a presença direta do fornecedor, realizada pela internet ou qualquer outro meio similar.

Outro instituto que trata sobre a contratação no comércio eletrônico é o decreto nº 7.962 que regulamenta a lei 8.078, em seu art. 1º resguarda o direito de arrependimento:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, abrangendo os seguintes aspectos:

- I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor;
- II - atendimento facilitado ao consumidor; e
- III - respeito ao direito de arrependimento.

Atualmente, vários dispositivos amparam o direito de arrependimento do consumidor no tocante as compras realizadas no comércio eletrônico, isso se mostra bastante relevante para acompanhar as relações de consumo.

4.1. Divergência da jurisprudência

Existia divergência da jurisprudência antes da criação destes institutos que regulamentaram a contratação no ambiente eletrônico, uma parcela apontava no sentido de que não se aplica o direito de arrependimento, uma vez que o consumidor tem consciência do que está adquirindo. Já para outra parcela da jurisprudência, o art. 49 do CDC estava sendo aplicado de forma justa para compra de passagens aéreas pela internet, pois a finalidade da norma é acompanhar a modalidade de compra e venda da atualidade.

Quanto ao posicionamento jurisprudencial contrário a aplicação do direito de arrependimento, destaca-se trechos da sentença proferida pelo Sétimo Juizado Especial Cível do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, nos autos do processo nº 2010.01.1.014473-2 julgada em 28/04/2010, e mantida pela Segunda Turma Recursal deste órgão:

A parte autora pleiteia a devolução integral do valor pago em passagem aérea, ao argumento de que a desistência se deu no prazo de sete dias previsto no art. 49 CDC. A parte ré, por sua vez, sustenta que o contrato traz expressamente as cláusulas para cancelamento e/ou alteração do voo. Defende a inaplicabilidade do art. 49 do CDC. Da análise dos fatos trazidos aos autos, entendo que a pretensão autoral não merece ser acolhida.

A despeito da relação existente entre as partes estar regida pela legislação consumerista, deve-se esclarecer que a aplicação do art. 49 do CDC está adstrita aos casos em que o produto posto à venda não pode ser devidamente analisado pelo consumidor. Assim, a norma legal prevê a possibilidade de arrependimento pelo consumidor, no

prazo de sete dias, quando após receber o produto verificar que o mesmo não condizia com o objeto pretendido.

Considerando que a passagem aérea não é um objeto que depende de averiguação por parte do consumidor, a aplicação da pretendida norma seria contraditória com a "mens legis". A parte ré logrou comprovar que as normas contratuais foram disponibilizadas ao consumidor, o qual teve pleno conhecimento das cláusulas que regiam o ajuste.

Ante o exposto, julgo improcedente o pedido do autor e julgo extinto o processo com resolução de mérito.

Conforme se analisa no entendimento da magistrada a aplicação do direito de arrependimento não se deve configurar no caso de compras de passagens aéreas realizadas pela internet, visto que este instituto visa regulamentar compras feitas fora do estabelecimento comercial, no intuito de proteger o consumidor para que este não sofra alguma lesão em decorrência do produto ou serviço não ter atendido as suas expectativas. Caso em que o contato presencial com o produto e/ou serviço influenciaria na decisão de compra do consumidor. Já no caso da compra de passagens aéreas isso não ocorre, uma vez que o consumidor tem plena consciência do serviço que está adquirindo, como por exemplo: data e horário de voo, poltrona, classe do voo etc., sendo assim existe fuga da finalidade jurídica do dispositivo consumerista.

Por outro lado, parte da jurisprudência defende o emprego do direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de passagens aéreas, consoante entendimento proferido na Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios na AC nº 2008.01.1.125046-8 com trânsito em julgado em 28/01/2010:

Insurge-se a recorrente contra a sentença de fls. 95/97 na qual a magistrada julgou procedente pedido de devolução de valor pago em razão da desistência da compra de bilhetes aéreos pelo recorrido no montante de R\$1.882,67 (mil oitocentos e oitenta e dois reais e sessenta e sete centavos). Alega a recorrente que não há interesse de agir do recorrido em razão de não haver registro de pedido de reembolso do valor pago pelo recorrido. Que não restaram comprovadas as alegações do autor. [...] Que o cancelamento da compra se deu por conveniência do recorrido. Que não houve má-fé da recorrente. Requer a recorrente a reforma da sentença para que o pedido seja julgado improcedente. [...]

Analisando o contexto fático existente nos autos, vejo que a sentença de fls. 95/97 não merece reforma. Trata de cobrança indevida decorrente do cancelamento de compras de bilhete aéreo na qual houve desistência pelo consumidor dentro do prazo estipulado pelo artigo 49 do CDC [...]. Observo que, pelo aludido dispositivo, não há que se fazer maiores dilações acerca dos motivos que levaram à desistência da compra sendo certo que o CDC assegura ao consumidor o direito de arrependimento no caso de compras realizadas fora do estabelecimento, o que é o caso dos autos em que o recorrido efetuou compra da passagem aérea via internet e dela desistiu dentro de seis dias.

Desta feita, considero que a sentença a quo não merece retoques. Por tais fundamentos, conheço do recurso e nego provimento. Sentença mantida pelos seus próprios fundamentos.

Diante do que foi expresso no posicionamento acima, a Primeira Turma Recursal tem interpretação diversa da Segunda Turma Recursal do TJDF, no sentido de garantir o direito de arrependimento nas compras de passagens aéreas por meio eletrônico, aqui basta que o consumidor faça sua comunicação de vontade de arrepender-se até o sétimo dia assegurado legalmente pelo Código do Consumidor, para que tal direito seja exercido, não sendo necessária qualquer justificativa para desistir da aquisição, e, por conseguinte, não imputa em qualquer ônus ao consumidor.

4.2. Da natureza do contrato de transporte aéreo

Muitas normas disciplinam o contrato de transporte, a exemplo do Código Civil Brasileiro, Código de Defesa do Consumidor, Código Brasileiro de Aeronáutica, etc. O paradigma é saber a natureza do contrato de transporte aéreo, já que várias normas versam sobre o tema. Para entender um pouco esse contexto, é importante destacar o ensinamento do doutrinador Rui Stoco (1995, p. 118-119):

O contrato de transporte é aquele que pode ter por objeto a condução de pessoas, coisas ou notícias, feito pelos diversos modos de que dispõem os serviços de comunicações: por via fluvial e marítima, terrestre e aérea e por meio de navios, estradas de ferro, automóveis, aviões, [...].

Para Silvio de Salvo Venosa (2007, p. 352-353):

Contrato de Adesão é o típico contrato que se apresenta com todas as cláusulas predispostas por uma das partes. A outra parte, o aderente, somente tem a alternativa de aceitar ou repelir o contrato. Essa modalidade não resiste a uma explicação dentro dos princípios tradicionais de direito contratual, como vimos. O consentimento manifesta-se, então, por simples adesão às cláusulas que foram apresentadas por outro contratante. Há condições gerais nos contratos impostas ao público interessado em geral. Assim é o empresário que impõe a maioria dos contratos bancários, securitários, **de transporte de pessoas ou coisas**, [...].

Aduz no mesmo sentido, Cláudia Lima Marques (2002, p. 60):

Os contratos de transporte aéreo são contratos de adesão. São contratos que consistem em uma obrigação de resultado, na qual o transportador aéreo exerce o papel do fornecedor. São contratos que possuem três características fundamentais:

- a) pré-elaboração unilateral;
- b) oferta uniforme e caráter geral, para um número indeterminado de futuras relações contratuais; e
- c) aceitação pela simples aceitação, frente a imposição de cláusulas pelo contratante economicamente mais forte.

No tocante ao transporte aéreo, o art. 222 do Código Brasileiro de Aeronáutica regulamentou a matéria de igual semelhança, ou seja, o empresário transporta o passageiro e/ou coisas, através de aeronave, por meio de pagamento, podendo o transportador ser pessoa física ou jurídica. Traduz o artigo do Código Brasileiro de Aeronáutica:

Art. 222. Pelo contrato de transporte aéreo, obriga-se o empresário a transportar passageiro, bagagem, carga, encomenda ou mala postal, por meio de aeronave, mediante pagamento.

Parágrafo único. O empresário, como transportador, pode ser pessoa física ou jurídica, proprietário ou explorador da aeronave.

Destaca-se também que o Código Civil de 2002 separou um capítulo para abordar acerca do contrato de transporte, e menciona no seu art. 730 a definição deste contrato como:

Art. 730. Pelo contrato de transporte alguém se obriga, mediante retribuição, a transportar, de um lugar para outro, pessoas ou coisas.

Existia em outros tempos dúvida se o contrato de adesão se tratava realmente de uma modalidade de contrato, em razão de não haver prévia pactuação das partes sobre as cláusulas, pois estas são impostas sem prévio ajuste, no entanto, a doutrina pacificou o entendimento de que essa modalidade possui caráter contratual.

Portanto, conforme os diversos ensinamentos apresentados, denota-se que o contrato de transporte aéreo é um contrato de adesão, estabelecendo dessa maneira uma relação de consumo entre passageiro e transportador, ou seja, entre consumidor e aquele que oferece o serviço de transporte, logo, assume obrigação de resultado, realizando a condução da pessoa ou coisa até o destino final com segurança.

4.3. Da aplicabilidade do direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de transporte aéreo

Como já demonstrado, inicialmente não houve um entendimento singular pela doutrina no que toca a definição de qual dispositivo legal deveria ser aplicado ao contrato de transporte aéreo. Essa dúvida quanto à aplicabilidade estava em torno do CDC (1990) e o CBA (1986), para identificar a norma geral e especial, pois a regra é de que lei geral posterior não derroga lei especial anterior. Aos poucos as dúvidas existentes foram se dissipando no âmbito jurídico, ao passo que se percebeu que a relação entre empresa aérea e passageiro, é sem dúvida uma relação de consumo, e, portanto, deve ser regulamentada pela Lei Consumerista, assim expõe Sérgio Cavalieri Filho (2010, p. 35):

É impertinente a regra *lex generalis non derogat priori speciali*, porque, tratando-se de relações de consumo, o Código do Consumidor é lei própria, específica e exclusiva; a lei que estabeleceu a Política Nacional de Relações de Consumo, consolidando em um só diploma legal todos os princípios pertinentes à matéria, em razão de competência que lhe foi atribuída pela própria Constituição Federal. E, na matéria de sua competência específica, nenhuma outra lei pode a ele (Código) se sobrepor ou subsistir. Pode apenas coexistir naquilo que com ele não for incompatível.

Segundo Tairone Messias Rosa (2011, p. 67):

Logo, pode-se considerar como atualmente superada a afirmação de que o Código de Defesa do Consumidor é norma geral quando confrontado com o Código Brasileiro Aeronáutico pelo fato deste conter regras específicas para o setor aéreo [...].

Partindo do pressuposto que o vínculo contratual aéreo configura uma relação de consumo, os requisitos que disciplina essa relação iniciam-se primeiramente com o serviço, que se caracteriza pela condução com segurança de passageiros a um determinado destino, mediante pagamento, qual seja o valor da passagem. Esse serviço realiza-se por pessoa jurídica que disponibiliza no mercado passagens aéreas para auferir lucro, sendo executado pelo fornecedor que se destina a prestar o serviço conforme contrato firmado entre as partes. Por último, a parte mais importante da relação contratual o consumidor, é ele que adquire a passagem aérea como usuário final, onde o uso deverá ser feito exclusivamente por ele.

Com o aumento do número de pessoas que fazem uso do meio de transporte aéreo, também surgiram as reclamações dos consumidores em desfavor das empresas aéreas, por supostamente descumprir com as regras contidas no CDC, principalmente no tocante ao direito de arrependimento nas compras de passagens efetuadas pela internet, previsto no art. 49 do Diploma Consumerista. Dentre as reclamações, também existe a inquietação dos usuários com as multas abusivas cobradas nas hipóteses de cancelamento ou remarcação das passagens.

Quanto a desistência da viagem, essa matéria está disciplinada no art. 740 do CCB, dispondo que o passageiro terá direito de rescindir o contrato de transporte e de receber a quantia eventualmente que foi paga, sob condição de sua intenção ser comunicada em tempo hábil ao transportador, para que este proceda com a renegociação do assento. Como se observa a seguir:

Art. 740. O passageiro tem direito a rescindir o contrato de transporte antes de iniciada a viagem, sendo-lhe devida a restituição do valor da passagem, desde que feita a comunicação ao transportador em tempo de ser renegociada.

§ 1º Ao passageiro é facultado desistir do transporte, mesmo depois de iniciada a viagem, sendo-lhe devida a restituição do valor correspondente ao trecho não utilizado, desde que provado que outra pessoa haja sido transportada em seu lugar.

§ 2º Não terá direito ao reembolso do valor da passagem o usuário que deixar de embarcar, salvo se provado que outra pessoa foi

transportada em seu lugar, caso em que lhe será restituído o valor do bilhete não utilizado.

§ 3º Nas hipóteses previstas neste artigo, o transportador terá direito de reter até cinco por cento da importância a ser restituída ao passageiro, a título de multa compensatória.

O Código Civil faz referência no art. 740, § 3º, sobre a cobrança de multa compensatória nesse caso, mas que não exceda ao limite de cinco por cento do valor da passagem, no entanto as empresas aéreas desprezam a regra e desrespeitam essa porcentagem, onde na prática muitas vezes observa-se a retenção de cem por cento do valor pago pelo bilhete aéreo. A menor parte da jurisprudência estava aplicando essa multa por entender que as empresas têm seus custos fixos com o fornecimento do serviço, despesa com pessoal, etc.

A doutrina em geral, considera ilegais e abusivas as multas cobradas por empresas aéreas dentro do prazo de arrependimento contado a partir da celebração do contrato, pois o referido artigo que trata dessa matéria dispõe que, qualquer quantia eventualmente paga pelo consumidor deverá ser devolvida integralmente, como já foi mencionado anteriormente.

Consoante entendimento, bem anota os mestres Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves (2014, p. 208):

[...] De fato, não se pode buscar o fim social da lei em prejuízo do consumidor, o que viola a própria concepção da Lei 8.078/1990 como norma protecionista e com fundamento constitucional. Pelo último caminho, são ilegais e abusivas as multas cobradas pelas empresas aéreas dentro do prazo de arrependimento, contado, nessa hipótese, da celebração do contrato. Ato contínuo, merece aplicação integral o parágrafo único do art. 49 do CDC, com a devolução integral do que foi pago pelo consumidor, valor que deve ser atualizado integralmente.

Nesse mesmo sentido, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor em importante pesquisa realizada, relatou que embora haja facilidade em conseguir passagens com tarifas melhores nos mais variados sites de viagem, o consumidor pode ter complicações quanto a desistência ou alteração da data do voo. A pesquisa teve como objetivo avaliar as cláusulas contratuais disponíveis nos websites de três empresas: Decolar.com, Submarino Viagens e Viajanet, a fim de observar as informações quanto a aplicação do direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de passagem aérea.

A matéria explica que além das empresas aéreas cobrarem taxas de cancelamento ou alteração de voo, as três agências citadas ainda cobram outra tarifa denominada de “taxa de serviço”, também referente ao cancelamento e a alteração de voo. Os contratos observados não mencionaram a aplicação do prazo de sete dias em caso de desistência, conforme disciplina o art. 49 do CDC. Ademais, as agências omitiram a informação da possibilidade de desistência da compra sem ônus para o consumidor, e ainda expressaram que o direito de arrependimento não é aplicável a compra de passagens aéreas pela internet.

Para o IDEC, o direito de arrependimento é válido para essa modalidade de compra², uma vez que o comércio eletrônico é uma espécie de aquisição de produtos ou serviço fora do estabelecimento comercial, e a atuação das agências de viagem pela internet se dá exatamente nesse ambiente virtual. Ressalta ainda, que o consumidor não deverá sustentar qualquer prejuízo advindo do seu direito de arrepender-se.

Para tentar coibir multas abusivas e conseqüentemente lesão ao consumidor, o Ministério Público Federal resolveu ingressar com Ação Civil Pública (Processo nº 2007.39.00.007919-9) em desfavor de várias companhias aéreas, em razão de práticas abusivas no mercado relacionadas a multas, e por inobservância ao prazo de reflexão nos casos de desistência ou remarcação de passagens aéreas. Sendo assim, o direito pleiteado foi reconhecido pela Justiça Federal, para devolução de quantias elevadas arbitradas como multa pelas empresas aéreas, por se tratar de uma prática que causa lesão ao consumidor, principalmente aqueles com condições econômicas menores.

Apesar da iniciativa do Ministério Público Federal, as companhias continuam não seguindo a recomendação, mesmo que o consumidor queira desistir

² Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Será que é bom negócio?. **Revista do IDEC**, São Paulo, n 161, dez. 2011. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/revista-161-viagem1.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2016. p. 29.

dentro do prazo de arrependimento baseado no seu direito expresso no CDC, as empresas aéreas não levam em consideração e mantém a aplicação da multa da forma que melhor lhe convier, como destaca Tairone Messias Rosa (2011, p. 70):

[...] continuam as empresas, independentemente do prazo de reflexão do art. 49 do CDC, cobrando as taxas pela remarcação e pelo cancelamento, as quais variam de acordo com o tipo de tarifa escolhido pelo consumidor. Para as passagens mais caras (*comfort, top, 1ª classe, elite etc*) há, em geral, a isenção total da multa. Já para as passagens promocionais, a multa contratual pode atingir até 100% do valor do bilhete, tornando inviável economicamente desistir ou alterar a data da viagem.

Por esse motivo, muitas vezes o consumidor prefere não desistir ou alterar a data da viagem, em razão das taxas cobradas nesses casos, que podem variar de acordo com a classificação da passagem.

Uma vez manifestada a intenção de arrependimento pelo consumidor no prazo legal, a cobrança da taxa de reembolso seria de antemão incompatível com o Diploma Consumerista, pois este não impõe qualquer ônus ao exercício do direito de arrependimento, logo, seria nula de pleno direito qualquer cláusula imposta ao consumidor no sentido de lhe retirar o direito ao reembolso integral do valor pago à empresa aérea, podendo ser declarada de ofício a qualquer momento pelo magistrado, conforme o disposto no art. 51,II, do CDC:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

II - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;

Os institutos reguladores do Direito do Consumidor posicionam-se que o direito de desistência nas compras realizadas no comércio eletrônico pode ser exercido a critério do consumidor, conseqüentemente, este deverá ficar isento de qualquer despesa oriunda desta relação contratual.

Com o entendimento jurisprudencial mais unificado, passou-se a aplicar em regra o Código de Defesa do Consumidor para os casos de desistência na compra de bilhete aéreo, pois aqui o consumidor tem o direito de desistir da compra sem prejuízo

da quantia eventualmente paga, cabendo ao fornecedor imediatamente devolver o valor recebido.

5. POSICIONAMENTO JURISPRUDENCIAL

5.1. No âmbito do Superior Tribunal de Justiça

As decisões do Superior Tribunal de Justiça, vem admitindo que as compras de bilhetes aéreos realizadas por meio da *internet*, são tipicamente uma relação de consumo, na qual deve ser aplicado o CDC, a fim de garantir o direito de arrependimento ao consumidor. Demonstra a jurisprudência do STJ, nos autos do processo AREsp 817755 com julgamento em 28/11/2015:

Cuida-se de agravo interposto por DANIELLE CRISTINA GONCALVES CAMPOS SANTOS contra decisão que não admitiu o recurso especial manejado em face de acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul.

Descabe a devolução, à consumidora demandante, dos valores pagos por passagens aéreas adquiridas 'on Une' referentes a datas distintas daquelas efetivamente desejadas pela autora. Circunstância de a autora ter selecionado erroneamente as datas dos bilhetes aéreos – o que, além de admitido na exordial, infere-se do fato de que, uma vez percebido o equívoco, nova compra foi efetuada, com as datas certas - que impede a aplicação da regra do direito de arrependimento prevista no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor. Possibilidade de desfazimento do negócio jurídico, por arrependimento do consumidor, tutelada pelo art. 49 do CDC, que não se confunde com a possibilidade de retificação de erro na manifestação de vontade.

Recurso de apelação desprovido.

Opostos embargos de declaração, foram rejeitados.

Nas razões do recurso especial, sustenta afronta ao art. 49 do CDC, sustentando que possui direito ao arrependimento.

O entendimento do STJ é pacífico no sentido de que o consumidor possui direito ao arrependimento, nos termos do art. 49 do CDC, independente de justificativa ou motivo para tanto.

A alteração das conclusões do acórdão recorrido exige reapreciação do acervo fático-probatório da demanda, o que faz incidir o óbice da Súmula nº 7 do STJ.

Quando o contrato de consumo for concluído fora do estabelecimento comercial, o consumidor tem o direito de desistir do negócio em 7 dias, sem nenhuma motivação, nos termos do art. 49 do CDC. Precedentes.

O Tribunal de origem, ao solucionar a lide, entendeu de forma diversa, assentando que o fato de o consumidor declinar na petição inicial que cometera um erro quanto à escolha da data das passagens aéreas, afastaria o direito ao arrependimento - fls. 109-110.

Essa conclusão, contudo, não encontra respaldo no microsistema do Direito do Consumidor, porquanto, sendo o direito ao arrependimento tutela consumerista que independe de motivação, qualquer razão porventura declinada não altera sua natureza, podendo ser exercida em seus íntegros termos.

Ante o exposto, dou provimento ao recurso especial para garantir a aplicação do art. 49 do CDC.

Em resumo do que foi decidido no juízo de primeira instância da Comarca de Canoas da 5ª Vara Cível, sob o processo de nº 008/1.12.0017547-1, tem-se que diante dos fatos apresentados na exordial, a compra de passagens aéreas em data diversa da pretendida pela autora, implicou em culpa da mesma e consequentemente afastamento da aplicação do direito de arrependimento, pois segundo o magistrado é dever do consumidor conferir atentamente as datas e condições do voo, antes de concluir a contratação. Não satisfeita com esta decisão apelou, mas não obteve êxito, sendo assim ingressou com embargos de declaração que também fora rejeitado.

Por fim, quando das razões do recurso especial apreciadas pelo STJ, a autora sustenta afronta ao direito de arrependimento garantido pela Lei de Consumerista. Os pressupostos para o exercício do que assegura o art. 49 foram preenchidos, vez que a desistência se deu no prazo legal e de igual modo foi realizada a compra fora do estabelecimento comercial. Restou o entendimento do Superior Tribunal de Justiça, de que o simples fato de ter existido um erro cometido pela autora, por não ter escolhido corretamente a data das passagens aéreas, não afastaria o direito de desistência que a ela é facultado. O Direito Consumerista tutela o ato de arrepender-se, como aquele direito que não depende de motivação para que possa ser aplicado, isto posto, assiste razão a autora independentemente de qualquer justificção oferecida.

Não resta dúvida diante da decisão monocrática do STJ, a garantia da aplicação do direito de arrependimento nas compras de passagens aéreas em ambiente eletrônico, logo, fica claro que o consumidor pode desistir da compra ou

contração no prazo legal, não havendo exigência de motivação para efetivar o seu ato.

5.2. No âmbito do Tribunal de Justiça de Sergipe

As decisões do Tribunal de Justiça de Sergipe, tem seguido *ipsis litteris* o entendimento do STJ, no sentido de salvaguardar o direito de arrependimento do consumidor nas compras de passagens aéreas pela *internet*. Isto se releva na jurisprudência da Turma Recursal do Estado de Sergipe, nos autos do processo nº 201501010238 com julgamento em 24/08/2016:

Cuidam os autos de recurso nominado interposto por **TAM LINHAS AÉREAS S/A**, visando a reforma da sentença de primeiro grau, cujo o dispositivo é o seguinte: “(...) **Ante o exposto, JULGO PROCEDENTES os pedidos arrolados na inicial para CONDENAR as requeridas, TAM LINHAS AÉREAS S/A E CREDICARD ADMINISTRADORA DE CARTÕES S/A**, solidariamente, à restituição da quantia de R\$ 286,81 (duzentos e oitenta e seis reais e oitenta e um centavos), devendo incidir juros de 1% ao mês desde a citação e correção monetária pelo INPC contada a partir da data da compra, qual seja, 14/09/2013, bem como no valor de R\$ 3.000,00 (três mil reais), a título de reparação por danos morais, devendo incidir juros de 1% ao mês desde a citação e correção monetária desde o arbitramento, consoante disposição da Súmula nº 362 do STJ(...)”.

No caso dos autos, conforme documentos colacionados à Inicial, a manifestação de arrependimento e solicitação de cancelamento do negócio ocorreram dentro do aludido prazo. Sendo portanto devida a restituição integral do valor pago.

Com relação ao dano moral, entendo devido, pois, obstante a requerida argumente em suas razões recursais que não praticou nenhuma conduta lesiva, não merece prosperar tal assertiva.

Sendo a responsabilidade da reclamada objetiva, nos termos do art. 14 do CDC, não há necessidade de prova da sua culpa, constatando-se apenas a falha na prestação de serviços entre empresa e o consumidor requerente. Devendo então para eximir-se da culpa demonstrar excludente de responsabilidade, o que não ocorreu no caso concreto.

Diante do exposto, é inegável a existência do transtorno suportado pelo consumidor, pois ao contratar serviço, é esperado que a prestadora do mesmo cumpra com o acordado entre as partes.

Ante o exposto, à falta de retoques necessários, voto no sentido de conhecer do recurso inominado interposto, mas para lhe negar provimento, mantendo-se a sentença fustigada em todos os seus termos pelos próprios fundamentos na forma do artigo 46, parte final, lei 9.099/95. Condene os recorrentes ao pagamento de custas e honorários advocatícios no importe de 15% sobre do valor da condenação.

A sentença acima foi originada na 1ª Vara Cível e Criminal de Laranjeiras/SE, sob o nº 201473001681, sendo a decisão de primeiro grau favorável ao consumidor, consequentemente desfavorável a empresa aérea e a administradora do cartão de crédito, em razão do descumprimento do direito de arrependimento que fora exercido dentro do prazo legal, não efetuando estas o devido estorno da passagem aérea as autoras desta demanda, dessa maneira foi decidido em primeira instância que o valor total do bilhete aéreo fosse restituído, bem como que fosse pago pelas rés a título de dano moral a quantia de R\$ 3.000,00 (três mil reais), haja vista que as autoras passou quase um ano para obter uma resposta em relação ao seu pedido de restituição.

Não se conformando as rés com a decisão do juízo *a quo*, recorreram visando obter a reforma da sentença, no entanto, o pedido não foi aceito pela Turma Recursal do TJSE, primeiro porque de fato houve falha na prestação do serviço, e, por conseguinte, a existência do dano sofrido pelas autoras foi evidente, pois estas apresentaram documentos que não permitia qualquer interpretação diversa desta que foi emitida, portanto, foi sustentada a decisão no sentido de manter o valor arbitrado a título de dano moral, tal como a restituição do valor complementar do bilhete aéreo, visto que parte do valor já havia sido restituído.

Como verificado, o posicionamento do TJSE segue o mesmo direcionamento do STJ, desse modo fica evidente que os tribunais garantem ao consumidor o direito de desistir do contrato eletrônico de passagem aérea, não havendo incidência de qualquer ônus em decorrência do seu ato, desde que observado o prazo estabelecido pelo CDC.

A presença de dispositivos que versam de maneira mais específica sobre o direito de arrependimento nos contratos eletrônicos, ajudou na fundamentação das decisões dos tribunais, bem como no entendimento da doutrina em geral, sendo assim atualmente não existe margem para interpretação diversa daquela prevista na jurisprudência, no sentido de afirmar que o consumidor possui o direito de arrepender-se nos contratos eletrônicos de passagem aérea.

CONCLUSÃO

Diante do exposto, nota-se que às relações de consumo evoluíram para alcançar a tecnologia empregada no mundo moderno. A compra de passagens aéreas realizadas nos ambientes eletrônicos é uma das melhores invenções dentre aquelas já vista nos últimos tempos, pois reduz o tempo do consumidor que não mais necessita passar horas pesquisando presencialmente os preços de passagens nos diversos estabelecimentos aéreos, pois esta ferramenta possibilita comodidade e permite virtualmente realizar a compra de bilhetes aéreos.

Com o comércio eletrônico em expansão, também surgiram as reclamações dos consumidores em torno da aplicabilidade do direito de arrependimento, assim como multas abusivas em casos de cancelamento ou alteração da data do voo. Para intermediar esses conflitos que se desenvolveram com os avanços tecnológicos, de imediato algumas dúvidas surgiram quanto a qual dispositivo legal seria aplicado nessas relações, mas logo o embaraço foi eliminado com o entendimento doutrinário e jurisprudencial que veio para iluminar este ponto até então obscuro.

A relação entre consumidor e fornecedor de passagens aéreas, é tipicamente uma relação consumerista, em razão da celebração do contrato abranger disposições características verificadas no mercado de consumo em geral, que não se dá condição de alteração das cláusulas contratuais impostas unicamente pela prestadora do serviço, cabendo somente ao consumidor adquirir o bilhete aéreo nas condições dispostas no contrato. Assim também aponta a doutrina em geral, bem como a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, e via de regra é o que decide os Tribunais de Justiça Estaduais, a exemplo como já mostrado o Tribunal de Justiça do Estado de Sergipe.

Embora as empresas aéreas afirmem veementemente que o consumidor tenha plena consciência do que está adquirindo, e que em regra o direito de arrependimento não poderia ser exercido, esse entendimento é facilmente superado pela doutrina e jurisprudência em geral, pois o embasamento vem no sentido de que uma vez realizada a compra fora do estabelecimento comercial, ou seja, por meio eletrônico ou similar, ainda que se tenha informações como data e horário, poltrona, classe do voo, etc., poderá o consumidor fazer jus ao seu direito de arrepender-se

desde que esteja no prazo legal de sete dias a partir da data de recebimento do produto ou assinatura do serviço. Uma corrente minoritária da doutrina entende que algumas compras efetuadas no interior do estabelecimento comercial, podem também ser objeto do direito de arrependimento do consumidor, em razão da forma que fora abordado pelo fornecedor, forçando uma compra muitas vezes por impulso.

O entendimento dominante reconhece o direito concedido ao consumidor quando da contratação de passagens aéreas estabelecida por meio eletrônico, inclusive a depender de cada caso a incidência de danos morais, e, conseqüentemente, a devolução de maneira integral das quantias eventualmente pagas, como disposto no parágrafo único do art. 49 do CDC.

Entretanto, antes da regulamentação das disposições acerca da contratação no comércio eletrônico, algumas jurisprudências salientavam ser possível a aplicação de multa compensatória prevista no artigo 740, § 3º do Código Civil Brasileiro, mas as empresas aéreas vinham descumprindo estas decisões, cobravam multas abusivas que reiteradas vezes chegavam até cem por cento do valor da passagem, quando na realidade o CCB orienta que a multa compensatória será fixada até cinco por cento do valor a ser restituído ao passageiro.

Porém, com a temática já regulamentada nos dispositivos específicos que versam sobre a contratação eletrônica, os tribunais passaram a adotar a Lei 8.078, que dispõe sobre a proteção do consumidor, como principal meio para disciplinar às relações decorrentes da contratação de passagem aérea no ambiente eletrônico, uma vez que se trata de norma mais adequada para esta situação.

Isto posto, fica notório que a transação que envolve compra de bilhetes aéreos no comércio eletrônico está regida pelo Código de Defesa do Consumidor, e, por conseguinte, o consumidor pode avocar o direito de arrependimento para si independentemente de justificativa.

Dessa maneira, constata-se que o usuário do serviço de transporte aéreo, se encaixa perfeitamente como consumidor nos moldes da Lei Consumerista. Portanto, desde que preenchidos os requisitos do art. 49 do Código do Consumidor, seria plena a aplicação do direito de arrependimento no contrato de transporte aéreo celebrado por meio eletrônico, assim sendo, não enseja em qualquer encargo para o

consumidor quando da desistência através do cancelamento, ou simplesmente da alteração da data de voo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. **Direito do consumidor esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2013.

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2003.

BARUTTI, Luís Carlos. **Do direito de arrependimento no contrato de transporte aéreo concluído na internet**. In: A aplicabilidade do CDC no transporte aéreo e a mitigação dos diplomas especiais. Curitiba, 2009. Disponível em: <<http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/31046/Luis%20Carlos%20Barutti.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

BENJAMIN, Antonio Herman V. MARQUES, Claudia Lima. BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

BRASIL. Lei nº 8.078/90 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. D.O.U de 12/09/1990.

BRASIL. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002. **Institui o código civil**. D.O.U. de 11/01/2002.

BRASIL. **Decreto nº 7.962** de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. D.O.U de 15/03/2013

BRASIL. **Projeto de Lei nº 5.995** de 09 de setembro de 2009. Altera a Lei nº 8.078, de 1990, Código de Defesa do Consumidor, para estender o direito de arrependimento ao consumidor que adquire produtos ou serviços, ou contrata o fornecimento deles, dentro do estabelecimento comercial.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 281/2012**. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro / volume 7**. São Paulo: Saraiva, 1990-1992.

FILHO, Sergio Cavalieri. **Programa de direito do consumidor**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FILHO, Sergio Cavalieri. **Programa de direito do consumidor**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FILHO, Sergio Cavalieri. **Programa de direito do consumidor**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso fundamental de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2007.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 13.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

GIANCOLI, Brunno Pandori; JUNIOR, Marco Antonio Araujo. **Difusos e coletivos. Direito do consumidor**. 3. ed. rev. atual e amp. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Será que é bom negócio?. **Revista do IDEC**, São Paulo, n 161, dez. 2011. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/revista-161-viagem1.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2016.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5ª ed. atual. e ampl. incluindo mais de 1.000 edições jurisprudenciais. Biblioteca de direito do consumidor, V. 1. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

OLIVEIRA, James Eduardo. **Código de defesa do consumidor anotado e comentado**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ROSA, Tairone Messias. **Do direito de arrependimento no contrato de transporte aéreo concluído na internet**. In: O Código de Defesa do Consumidor e o direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de transporte aéreo. Brasília, 2011. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/2962>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

STJ. Decisão Monocrática. **Agravo em Recurso Especial nº 817.755**. Relator Ministro Luis Felipe Salomão. Julgamento em 28 de novembro de 2015.

STOCO, Rui. **Responsabilidade civil e sua interpretação jurisprudencial**. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: Direito Material e Processual**. 3. ed. rev. atual e amp. São Paulo: Método, 2014.

TJDFT. Sétimo Juizado Especial Cível. **Processo nº: 2010.01.1.014473-2**. MM Juiz: Verônica Torres Suaiden. Julgado em 28 de abril de 2010.

TJDFT. Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais. **Apelação Cível no Juizado Especial nº 2008.01.1.125046-8**. MM Juiz: Wilde Maria Silva Justiniano Ribeiro. Julgado em 24 de novembro de 2009.

TJSE. Turma Recursal do Estado de Sergipe. **Processo nº 201501010238**. MM Juiz: Paulo Marcelo Silva Ledo. Julgado em 24 de agosto de 2016.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil: teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos**. 7^a ed. Coleção direito civil; v. 2. São Paulo: Atlas, 2007.