



FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE - FANESE

CURSO DE DIREITO

JULIANA CORDEIRO OLIVEIRA RIBEIRO

**ANÁLISE DA (IM) POSSIBILIDADE DA APLICAÇÃO DO DIREITO DE
ARREPENDIMENTO NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

ARACAJU

2019

JULIANA CORDEIRO OLIVEIRA RIBEIRO

**ANÁLISE DA (IM) POSSIBILIDADE DA APLICAÇÃO DO DIREITO DE
ARREPENDIMENTO NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Direito da Fanese
como requisito parcial e obrigatório para a
obtenção do Grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Esp. Marcel Figueiredo
Ramos.

ARACAJU

2019

R484a RIBEIRO, Juliana Cordeiro Oliveira

Análise da (im) possibilidade da aplicação do direito de arrependimento no ordenamento jurídico brasileiro / Juliana Cordeiro Oliveira Ribeiro; Aracaju, 2019. 34p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe. Coordenação de Direito.

Orientador(a) : Prof. Esp. Marcel Figueiredo Ramos.

1. Direito de arrependimento 2. Período de reflexão 3. Artigo 49 do CDC 4. Prazo .

346.548 (813.7)

JULIANA CORDEIRO OLIVEIRA RIBEIRO

**ANÁLISE DA (IM) POSSIBILIDADE DA APLICAÇÃO DO DIREITO DE
ARREPENDIMENTO NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

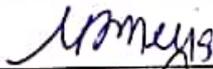
Monografia apresentada à Faculdade de
Administração e Negócios de Sergipe como
exigência parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Direito.

Aprovado em 4 / 12 / 2019

BANCA EXAMINADORA



Prof. Esp. Marcel Figueiredo Ramos (Orientador)
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe



Prof. Esp. Matheus Brito Meira
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe



Prof. Me. Alexandre Alves Feitosa
Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe

AGRADECIMENTOS

Nesse fim de ciclo, grandes reflexões e ponderamentos são feitos, afinal, novos caminhos irão se iniciar a partir de agora. Desde o início do meio acadêmico, conheci novos amigos e professores incríveis, que me deram força e me fizeram acreditar que eu poderia chegar até aqui.

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me concedido o dom da vida, me dando a oportunidade para seguir o caminho, superando as dificuldades e desafios, fazendo perceber que tudo valeu a pena.

Em seguida, agradeço a minha família, em especial meu pai e minha mãe, por nunca desistirem de mim e me darem força para seguir mesmo nos momentos mais difíceis.

Agradeço aos meus amigos que tive o privilégio de encontrar na faculdade e que levarei para sempre na minha vida. Obrigada por estarem sempre ao meu lado, Dany, Mayra, Virna, Kamilee, Yago, Rara, Dian, Geovanna e Fran.

Agradeço ao meu grande amigo Sérvulo, por sempre me apoiar nas minhas decisões e me ajudar quando precisei.

Agradeço ao Procon, local onde tive a oportunidade de estagiar e onde eu descobri meu grande amor que é o Direito do Consumidor.

Por fim, agradeço aos professores que tive a honra de ter aula e que me mostraram que o Direito é um ramo incrível, em especial ao meu orientador Marcel Ramos, que mostra seu amor no que faz todos os dias e que alegrava minhas manhãs na Fanese. Muito obrigada por tanto!

RESUMO

O direito de arrependimento está previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, onde traz como garantia ao elo hipossuficiente da relação, o prazo de 07 (sete) dias corridos, de natureza decadencial, para se arrepender da compra, a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, desde que seja efetuada fora do estabelecimento comercial, em especial por telefone ou a domicílio, devendo ser restituído o valor pago, de imediato, caso exerça tal direito. Apesar da previsão legal, muitos fornecedores acabam descumprindo o direito pelo qual os consumidores estão acobertados, onde os mesmos se encontram na obrigação de recorrer ao judiciário para solução desse problema. Sendo assim, pode-se observar a importância do papel do Poder Judiciário em relação ao direito de arrependimento do consumidor, tendo em vista a existência da procura cada vez maior da busca da população pelos seus direitos, apesar do descumprimento a legislação pelo lado do fornecedor. O tema a ser analisado tem grande relevância para o direito e para a sociedade, tendo em vista que cada vez mais há a necessidade de proteção ao consumidor, pois sua hipossuficiência o torna mais vulnerável, as propagandas enganosas e a falta de informação vinda do fornecedor, que está trazendo de forma mais agressiva aos meios de comércio métodos para vendas, com recursos e tecnologias avançadas. A presente monografia busca pesquisar os possíveis meios de aplicação do direito de arrependimento, trazendo a reflexão ao consumidor e avaliação da sua real necessidade e características do produto, observando as consequências que pode carregar. Assim, apesar da jurisprudência massiva abranger positivamente o consumidor em relação ao seu direito, o fornecedor não cumpre muitas vezes com a boa-fé, trazendo a insegurança e dúvida na hora realizar a compra. A monografia tem como base a metodologia dedutiva, tendo como método auxiliar o comparativo, onde o estudo será realizado de acordo com a legislação vigente, análise de atuais jurisprudências brasileiras, artigos publicados e estudos de bibliografias disponíveis, dando a possibilidade de compreensão e dedução de quais ramos jurídicos poderão ser aplicados para garantia dos direitos e princípios do consumidor.

Palavras-chave: Direito de arrependimento. Período de reflexão. Artigo 49 do CDC.

ABSTRACT

The right of repentance is provided for in Article 49 of the Consumer Protection Code, which provides as a guarantee to the hypo-sufficient link of the relationship, the period of seven (7) calendar days, of a decay nature, to repent the purchase, as of its signature or of the act of receipt of the product or service, provided that it is made outside the commercial establishment, especially by telephone or at home, and the amount paid should be refunded immediately if it exercises such right. Despite the legal provision, many suppliers end up violating the right by which consumers are covered up, where they are obliged to resort to the judiciary to solve this problem. Thus, one can observe the importance of the role of the judiciary in relation to the consumer's right to regret, in view of the growing demand for the population's search for their rights, despite the breach of legislation by the supplier side. . The theme to be analyzed has great relevance to law and society, considering that there is an increasing need for consumer protection, as its hypo-sufficiency makes it more vulnerable, misleading advertising and lack of information from the supplier. , which is more aggressively bringing sales methods with advanced features and technologies to the media. This monograph seeks to investigate the possible means of applying the right of repentance, bringing the reflection to the consumer and assessment of their real need and product characteristics, noting the consequences that can carry. Thus, although the mass jurisprudence positively covers the consumer in relation to his right, the supplier often does not comply with good faith, bringing insecurity and doubt when making the purchase. The monograph is based on the deductive methodology, having as a comparative auxiliary method, where the study will be carried out in accordance with current legislation, analysis of current Brazilian jurisprudence, published articles and studies of available bibliographies, giving the possibility of understanding and deduction of which legal lines may be applied to guarantee consumer rights and principles.

Keywords: Right of regret. Reflection period. Article 49 of the CDC.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 CONCEITO DE CONSUMIDOR, FORNECEDOR, PRODUTOS E SERVIÇOS	10
2.1 Consumidor	10
2.2 Fornecedor.....	11
2.3 Produtos e Serviços.....	11
3 DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR	13
3.1 Do Direito à Educação, Liberdade de Escolha e Informação Adequada	13
3.2 Do Direito à Proteção Contra a Publicidade Enganosa	14
3.3 Do Direito à Vida, Saúde e Segurança.....	14
3.4 Do Direito à Proteção Contratual	15
3.5 Do Direito à Prevenção e Reparação de Danos.....	15
3.6 Do Direito à Facilitação de Acesso à Justiça.....	17
3.7 Do Direito ao Serviço Público Eficaz.....	17
4 DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR	18
4.1 Considerações Iniciais.....	18
4.2 Prazo para Exercício do Direito.....	18
4.3 Finalidade do Direito de Arrependimento	19
4.4 Despesas em Caso de Devolução.....	20
5 APLICAÇÕES JURISPRUDENCIAIS.....	21
5.1 Passagens Aéreas.....	21
5.2 Instituições Financeiras.....	22
5.3 Serviço de Hospedagem.....	23
5.4 Fotografias.....	24
5.5 Dentro e Fora do estabelecimento comercial	25
6 Considerações finais	30
REFERÊNCIAS.....	31

1 INTRODUÇÃO

Exercer o papel de cidadão é ter conhecimento dos seus direitos e ter o poder de exercê-los, podendo exigir tratamento igualitário entre a sociedade e o Poder Público. Visando cumprimento de tais obrigações, a Constituição Federal trouxe em seu art. 5º, XXXII que o Estado, na forma da lei, deverá promover a defesa do consumidor.

Consumidor é toda pessoa física e jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, sendo considerado como o lado mais frágil da relação jurídica, tendo que ter cuidados especiais dentro do mercado. Sendo o consumidor o lado mais fraco da relação, passasse a ser vulnerável as práticas do mercado. Tendo em vista tal vulnerabilidade, o Estado se viu diante da obrigação de intervir no mercado junto ao Código de Defesa do Consumidor (CDC) para garantir aos consumidores a igualdade e respeito.

A contratação de produtos e serviços fora do estabelecimento comercial, principalmente a que é feita pelo comércio eletrônico, se tornou muito usual pelos consumidores brasileiros, pelo fato da comodidade e facilidade, porém, alguns deles agem com impulsividade, devido as propagandas enganosas ou até mesmo pela negação ao direito de informação, não tendo tempo para reflexão sobre seu real desejo ao bem adquirido. Em razão disso, há o direito de arrependimento, previsto no Código de Defesa do Consumidor.

Em seu art. 49, o Código de Defesa do Consumidor traz a possibilidade de desistência dentro do prazo 07 dias, a contar da assinatura ou do recebimento do produto ou serviço, sempre que a aquisição for fora do estabelecimento comercial.

O fato da impossibilidade do consumidor de entrar em contato com o produto, não tendo como avaliar suas características, mesmo que exista foto ou descrição sobre suas qualidades, ainda sim, torna a escolha dificultosa, se tornando necessário o prazo estabelecido no Código de Defesa do Consumidor, dando a oportunidade de avaliação e reflexão sobre o bem ou serviço. Vale a pena ressaltar que o direito para desistir não está ligado a algum defeito do produto, podendo o consumidor cancelar o contrato realizado sem a necessidade de indicação de motivo.

Quando o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, traz expresso em

seu *caput*, que o consumidor pode desistir do contrato, dentro do prazo de 07 dias, desde que o produto ou serviço tenha sido adquirido fora do estabelecimento comercial, deixa em aberto duas vertentes de interpretação do termo “fora estabelecimento comercial” de acordo com a doutrina, sendo a restritiva, que fala que a internet é apenas uma extensão do comércio físico do fornecedor e as compras são consideradas como efetuadas dentro de um estabelecimento e a ampliativa, onde fala que embora a loja seja online, essa possui a necessidade de um estabelecimento físico mínimo para possibilitar a execução da atividade comercial. Além do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, também existe o Decreto nº 7.962/2013, que traz uma maior segurança jurídica juntamente com o Código de Defesa do Consumidor.

Além do Código de Defesa do Consumidor, foi regulamentado em 15 de março de 2013, o Decreto nº 7.962, que dispõe sobre a contratação no comércio eletrônico, trazendo como normas a serem seguidas o respeito ao direito de arrependimento e atendimento facilitado ao consumidor e que o fornecedor deverá trazer informações claras a respeito do produto ou serviço que irá ser adquirido (Alvaro, 2016). Apesar da previsão legal, muitos fornecedores acabam descumprindo o direito pelo qual os consumidores estão acobertados, onde os mesmos se encontram na obrigação de recorrer ao judiciário para solução desse problema.

Da mesma maneira, é possível a observância da aplicação do direito de arrependimento em diversas vertentes, até mesmo quando a compra é realizada dentro do estabelecimento comercial.

Partindo do fato de que o direito de arrependimento está avançando diariamente, juntamente com a jurisprudência, quais seriam as possibilidades de aplicação do mesmo, tendo como objetivo a sua efetiva eficiência e segurança jurídica ao consumidor? Quando o consumidor pode exercer o direito de arrependimento? Quais seriam as possibilidades de aplicação do direito de arrependimento? Quais seriam os limites dos tipos de estabelecimentos que podem ser aplicados o direito de arrependimento? Quais são avanços do direito de arrependimento como forma de garantia jurídica para o consumidor?

O presente trabalho possui como objetivo analisar as diversas abrangências de aplicação do direito de arrependimento do consumidor no atual ordenamento jurídico brasileiro, observando a jurisprudência.

Por fim, os capítulos do presente trabalho se tratarão da seguinte forma: O primeiro trará os conceitos de fornecedor, consumidor e produtos e serviços, de modo explicativo, onde trazem uma noção de como são interpretados junto ao Código de Defesa do Consumidor, jurisprudência atual e doutrina. O segundo fala sobre os direitos básicos dos consumidores, junto aos princípios basilares das relações de consumo. O terceiro fala sobre o direito de arrependimento consumerista, o que está exposto no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, trazendo sua finalidade, prazo e as possibilidades de aplicação de tal direito no ordenamento jurídico brasileiro atual. O quarto capítulo mostra como a jurisprudência vem sendo aplicada em alguns casos, trazendo os Tribunais e as decisões em assuntos mais comuns do dia-a-dia dos consumidores.

2 CONCEITO DE CONSUMIDOR, FORNECEDOR, PRODUTOS E SERVIÇOS

2.1 Consumidor

De acordo com caput, do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza o produto ou serviço como destinatário final, ou seja, é aquele que adquire uma mercadoria, com interesse próprio ou até mesmo profissional, porém sem o intuito de revendê-lo.

Como está disposto no artigo, também se enquadra na qualidade de consumidor a pessoa jurídica, onde para que a mesma seja considerada consumidora, terá que demonstrar sua vulnerabilidade e que utilizará o produto como destinatário final, apesar de que existe discussões jurisprudenciais quanto doutrinárias sobre o alcance e sentido da expressão destinatário final para a pessoa jurídica.

Em ponto de vista doutrinário, há duas vertentes: a maximalista e a finalista. A maximalista defende que não importa o destino final do produto ou serviço adquirido, que o que caracteriza a pessoa como consumidora é o simples ato de retirá-lo do mercado. Já a finalista versa sobre o contrário, onde não entende como correto o entendimento a aplicação da lei de consumo se o serviço ou produto é comprado para novas finalidades econômicas.

Além da definição que encontramos no caput do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, em seu parágrafo único também é possível visualizar o seguinte: “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.”. Ou seja, a defesa do consumidor não se engloba apenas no individual, mas também no caráter coletivo quando ocorre lesão aos direitos.

O Tribunal de Justiça de Pernambuco decidiu da seguinte forma:

DIREITO CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. FUNGIBILIDADE DO AGRAVO LEGAL E REGIMENTAL (SÚMULA 42/TJPE). CONCEITO DE CONSUMIDOR. ART. 2 DO CDC. TEORIA FINALISTICA MITIGADA DE CONSUMIDOR. CONSUMIDOR É O DESTINATARIO FINAL OU INTERMEDIÁRIO COM VULNERABILIDADE TÉCNICA,

JURIDICA OU ECONOMICA. 1. Súmula 42 do TJPE: "São fungíveis os agravos regimental e legal". 2. O CDC em seu art 2º determina como consumidor toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. 3. O STJ adota para o conceito de consumidor a teoria finalística mitigada a qual considera consumidor o destinatário final das operações referidas no Art. º 2 do CDC bem como aqueles que ainda que não sejam destinatários final participem da relação consumerista como intermediário quando houver inegável vulnerabilidade Técnica, jurídica ou econômica das partes. (TJ-PE - AGR: 3324438 PE, Relator: José Fernandes, Data de Julgamento: 05/08/2015, 5ª Câmara Cível, Data de Publicação: 19/08/2015)

Diante disso, pode-se concluir que consumidor é aquele considerado como destinatário final, onde deverá utilizar o produto ou serviço.

2.2 Fornecedor

O conceito de fornecedor expresso no art. 3º do Código de Defesa do Consumidor, é bem amplo e genérico, visando abranger de forma sucinta todos os ramos de atuação econômica, como podemos ver:

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. (BRASIL, 1990)

Sendo assim, pode-se concluir que para ser fornecedor, não é necessário lucrar com a atividade, mas receber uma remuneração direta ou indiretamente pelo serviço ou produto que é posto em circulação já se torna suficiente, não importando a forma da empresa, uma sociedade anônima ou até mesmo uma associação sem fins lucrativos, sendo levado apenas em consideração a atividade descrita no artigo.

2.3 Produtos e Serviços

O Código de Defesa do Consumidor conceitua produtos e serviços no art. 3º,

parágrafo 1º e 2º, vejamos:

Art. 3º.

[...]

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

§ 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. (BRASIL, 1990)

Produtos são os bens que são transferidos do fornecedor para o consumidor, onde podem ser materiais, como uma televisão, ou até mesmo imateriais, como um programa de computador. Já os serviços podem ser conceituados como uma atividade do ser humano que é executada pelo fornecedor, como serviço de transporte aéreo, abrangendo também no parágrafo 2º, do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor, que as relações entre instituição bancária e o consumidor serão regidas pelas leis de consumo.

3 DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

3.1 Do Direito à Educação, Liberdade de Escolha e Informação Adequada

O consumidor, por se tratar do lado mais vulnerável da relação, tem direito a divulgação correta da forma que o produto ou serviço deve ser utilizado, justamente para que possa ser exercida a sua liberdade de escolha, tendo dessa forma, a igualdade nas contratações, conforme exposto no art. 6º, II do Código de Defesa do Consumidor, vejamos:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; (BRASIL, 1990)

Assim, com a devida educação aos consumidores, os mesmos serão capazes de identificar se a aquisição do produto ou serviço será realmente da sua vontade ou necessidade, não se levando em conta por propagandas que acabam sendo enganosas. Tal tentativa de educação poderá ser feita pelos Procons, distribuindo panfletos, realizando palestras, folders, etc.

A liberdade de escolha e a igualdade nas contratações dependem da forma em que são passadas as informações, levando em consideração a qualidade e quantidade das mesmas pelos fornecedores, devendo ser da forma mais clara possível sobre as características do produto ou serviço, conforme art. 6º, III do Código de Defesa do Consumidor:

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; (BRASIL, 1990)

Pode-se então observar que o art. 6º traz um rol exemplificativo sobre as informações necessárias para que o consumidor possa ter condições de escolher o que melhor atende as suas necessidades.

Diante disso, acaba se tornando indispensável a informação adequada, tendo

em vista que as consequências podem ser maiores se as mesmas não forem prestadas, devendo assim, o fornecedor responder pelas falhas de informação, como por exemplo, o que traz no art. 5º da Lei nº 10.962/2004, onde informa que se houver divergência no preço para o mesmo produto na prateleira ou no sistema de informação de preços do estabelecimento comercial, o consumidor deverá pagar o menor entre eles.

3.2 Do Direito à Proteção Contra a Publicidade Enganosa

Em toda propaganda ou divulgação do serviço ou produto, a informação que estará veiculada deverá ser da forma mais clara e objetiva possível, onde o consumidor poderá identificar da maneira mais fácil e rápida seu interesse, analisando sua real necessidade na aquisição.

O fornecedor então, será obrigado a cumprir com o que foi ofertado, devendo cumprir exatamente o que estará expresso no contrato que vier celebrar, como os dados técnicos, fáticos e científicos especificados.

O Código de Defesa do Consumidor traz em seu art. 6º, IV:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; (BRASIL, 1990)

Em se tratando das cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviço são as mesmas em que o fornecedor acaba ultrapassando os direitos impostos aos consumidores. Como por exemplo, se o consumidor se encontra com débito aberto junto a empresa, a mesma não poderá exercer seu direito de cobrança por meio vexatório, com ameaças ou mediante agressões.

3.3 Do Direito à Vida, Saúde e Segurança

A Constituição Federal traz expressamente nos direitos fundamentais o direito à vida, saúde e segurança e são assegurados também no Código de Defesa do Consumidor em seu art. 6º, I:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; (BRASIL, 1990).

O Código de Defesa do Consumidor busca a proteção dos consumidores, especialmente as pessoas físicas, contra os riscos que podem ser causados no uso dos produtos ou dos serviços, como por exemplo, no caso de acidentes rodoviários, em cirurgias malsucedidas, em alimentos que causam intoxicação, entre outros. Nesses casos, o fornecedor deverá ser integralmente responsabilizado.

3.4 Do Direito à Proteção Contratual

É direito do consumidor a revisão do contrato caso o mesmo apresente alguma cláusula abusiva que beneficie o fornecedor de forma exagerada. As disposições tidas como desproporcionais serão consideradas inválidas, podendo o consumidor não ser responsabilizado em caso de descumprimento do contrato.

Parte da doutrina considera que para revisar o contrato feito só seria possível junto com o Poder Judiciário, porém o Procon, em face da defesa do lado mais vulnerável da relação, identificando a abusividade imposta, poderá também intervir.

Tal disposição está prevista no art. 6º, V do Código de Defesa do Consumidor, quando fala:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas; (BRASIL, 1990).

Desta forma, o consumidor se encontrará protegido contra cláusulas abusivas onde o mesmo não seria capaz de identificar.

3.5 Do Direito à Prevenção e Reparação de Danos

É assegurado ao consumidor o direito a indenização, onde o mesmo poderá intervir juntamente como o Poder Judiciário para garantir a sua indenização devido ao dano causado.

O art. 6º, VI do Código de Defesa do Consumidor prevê o seguinte:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; (BRASIL, 1990)

O valor da reparação deverá ser efetivo, devolvendo ao consumidor exatamente aquilo que procurou ao se relacionar com o fornecedor, não sendo meio de enriquecimento, mas sim estar relacionado ao prejuízo causado.

De modo geral, ao se falar de indenização, podemos associar ao sentimento negativo causado a pessoa lesada, como constrangimento, tristeza, vergonha, etc. E mesmo sem causar sentimento negativo, uma parte dos juristas entende que há danos morais causados pela mera violação dos valores como a privacidade, honra, imagem.

O Superior Tribunal de Justiça tem decidido que os meros dissabores do dia-a-dia não são caracterizados como dano moral. Veja-se:

RESPONSABILIDADE CIVIL. INDENIZAÇÃO. DANOS MORAIS. INTERRUPTÃO SERVIÇO TELEFÔNICO. MERO DISSABOR. O mero dissabor não pode ser alçado ao patamar do dano moral, mas somente aquela agressão que exacerba a naturalidade dos fatos da vida, causando fundadas aflições ou angústias no espírito de quem ela se dirige. Recurso especial conhecido e provido.

(STJ - REsp: 606382 MS 2003/0206071-6, Relator: Ministro CESAR ASFOR ROCHA, Data de Julgamento: 04/03/2004, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 17/05/2004 p. 238).

Para o consumidor ter acesso à reparação dos danos, é necessária a intervenção do Estado, pelo Poder Judiciário e pelos órgãos públicos de proteção do consumidor.

Também poderá ser observado dentro desse âmbito, que será possível a reparação de caráter coletivo. As ações coletivas são de extrema importância, onde serve como forma de fiscalização das irregularidades praticadas contra os consumidores, e os fornecedores poderão ser responsabilizados.

3.6 Do Direito à Facilitação de Acesso à Justiça

O Código de Defesa do Consumidor, visando a proteção do consumidor, trouxe em seu art. 6º, VIII o seguinte:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências; (BRASIL, 1990)

A facilitação dos direitos do consumidor em sede de causa judicial poderá ser feita mediante inversão do ônus da prova, onde é a possibilidade do juiz de considerar o que é alegado pelo consumidor como verdadeiro, por meio da verossimilhança do que é falado (documentos anexados, alegações coerentes e razoáveis).

3.7 Do Direito ao Serviço Público Eficaz

É direito básico do consumidor ter acesso a um serviço público adequado, conforme prevê no art. 6º, X do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral. (BRASIL, 1990)

Sendo assim, o Código de Defesa do Consumidor também pode regular a prestação de serviços dos entes públicos, porém será necessário haver a diferenciação entre as espécies, ou seja, aqueles prestados diretamente pela Administração Pública e aqueles que são prestados pelas concessionárias, etc.

4 DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR

4.1 Considerações Iniciais

O consumidor, cada dia que passa, encontra uma facilidade maior de adquirir produtos ou serviços, tanto pela comércio eletrônico como pelas ofertas pelo telefone ou vendedores que vão até sua residência, porém muitas vezes o mesmo é levado pela impulsividade a comprar, não analisando realmente a necessidade que aquilo levará no seu dia-a-dia e com isso, o Código de Defesa do Consumidor, trouxe em seu art. 49, o prazo de reflexão tentando sanar o problema. Veja-se:

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. (BRASIL, 1990).

Ou seja, o consumidor terá o prazo de 07 dias corridos para desistência da compra, sempre que a mesma for fora do estabelecimento comercial, em especial por telefone ou a domicílio, onde caso seja exercido tal direito, haverá a devolução dos valores pagos.

O direito de arrependimento não possui um rol exemplificativo de limitações, porém o ordenamento jurídico tem analisado de forma mais profunda cada caso concreto, tentando cada vez mais estimular o equilíbrio do consumidor e fornecedor (LIGIA, 2017).

4.2 Prazo para Exercício do Direito

No caput do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, encontra-se exposto o prazo de 07 dias para que o consumidor possa desistir da compra do serviço ou produto.

O prazo supramencionado, também é chamado de prazo para reflexão, ou

seja, como o consumidor ainda não entrou em contato com o produto, o mesmo fica impossibilitado de analisar as características ou de testar o serviço, mesmo se existir foto ou descrição sobre suas qualidades. Vale frisar que a desistência não está ligada a algum defeito/vício do produto ou serviço, independentemente do motivo, o consumidor poderá exercer seu direito (Leonardo, 2014).

Em havendo interesse na desistência, o consumidor deverá comunicar ao fornecedor, de algum modo, para que o mesmo possa devolver os valores que foram pagos na aquisição do produto ou serviço, como por exemplo por meio de e-mail ou carta com recebimento de AR.

A contagem do prazo é realizada da mesma forma expressa no art. 132 do Código Civil, ou seja, exclui-se o dia do começo e inclui o dia do vencimento, além de que se o dia do vencimento for em um feriado, o prazo deverá ser prorrogado para o próximo dia útil.

Assim, se a compra for realizada fora do estabelecimento comercial, especialmente pela internet ou por telefone, o prazo se iniciará a partir do momento que o consumidor receber o produto e não a partir do momento da sua contratação (Vandeler).

Sendo assim, pode-se concluir que os 07 dias que são dados ao consumidor, são para seu momento de reflexão, onde o mesmo poderá exercer seu direito até o último dia do prazo.

4.3 Finalidade do Direito de Arrependimento

O prazo para reflexão possui o intuito de evitar que o consumidor acabe realizando compras por impulso, onde analisando pela internet ou com o vendedor indo até a residência, impossibilite a melhor avaliação das vantagens da compra.

Nesse tipo de compra é onde o consumidor se encontra mais vulnerável, pois não possui informações necessárias sobre o produto ou serviço e nem entra em contato com o mesmo para real análise.

Assim, o Código de Defesa do Consumidor trouxe o art. 49 como ferramenta de proteção, tentando resguardar o consumidor contra toda e qualquer propaganda agressiva e que possa coagi-lo a adquirir algo que o mesmo realmente não necessite (Diego, 2012).

4.4 Despesas em Caso de Devolução

Caso o consumidor exerça seu direito de arrependimento e a compra tenha sido feita pela internet, por exemplo, a responsabilidade de arcar com os custos de devolução é do fornecedor (Luana, 2019). Assim entendeu a 2ª Turma do STJ, no REsp 1.340.604:

ADMINISTRATIVO. CONSUMIDOR. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. ART. 49 DO CDC. RESPONSABILIDADE PELO VALOR DO SERVIÇO POSTAL DECORRENTE DA DEVOLUÇÃO 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.

Desta forma, deve sempre o fornecedor agir de acordo com a boa-fé que se espera das relações consumeristas e que muitas vezes não é cumprido.

5 APLICAÇÕES JURISPRUDENCIAIS

5.1 Passagens Aéreas

Tal direito também possui abrangência ao direito de desistência em relação a compra de passagens aéreas, onde a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) aprovou novas normas, sendo que uma delas dá a oportunidade ao passageiro de desistir da compra em até 24 horas depois de concretizada, desde que o bilhete tenha sido adquirido com antecedência mínima de 07 dias da data do voo, até mesmo se a compra não tiver sido realizada pela internet, conforme prevê expressamente no art. 11 da resolução nº 400/2016 da ANAC (Londolfo, 2018), confira-se:

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

Parágrafo único. A regra descrita no caput deste artigo somente se aplica às compras feitas com antecedência igual ou superior a 7 (sete) dias em relação à data de embarque. (BRASIL, 2016)

Segundo Rodrigo (2017), o direito de arrependimento é aplicável em casos de desistência da compra de passagens aéreas, onde deverá ser analisado cada caso concreto, tendo averiguação do prejuízo que será causado entre as partes em caso de cancelamento. Essa norma aplicada pela ANAC foi feita visando o fato de que os bilhetes aéreos são uma modalidade especial de contrato, tendo em vista que os mesmos já possuem suas normas e informações no site da empresa vendedora, prevendo ali todos os prazos e regras de cancelamento.

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal, em Apelação Cível nº 20100112169790, entendeu da seguinte forma:

DIREITO PROCESSUAL CIVIL E DO CONSUMIDOR. ANULAÇÃO DE ATO ADMINISTRATIVO C/C REPETIÇÃO DE INDÉBITO. PRELIMINAR DE NULIDADE DA SENTENÇA. REJEITADA.

PROCON/DF. VICIO DE MOTIVAÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO. INEXISTENTE. REEXAME MÉRITO ADMINISTRATIVO. IMPOSSIBILIDADE. COMPRA DE PASSAGEM AÉREA PELA INTERNET. APLICAÇÃO DO ART. 49 DO CDC. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. PRAZO DE REFLEXÃO. SENTENÇA MANTIDA. 1. O documento essencial à propositura da demanda (art. 283 do CPC) não se confunde com prova necessária ou indispensável (art. 332 do CPC), pois enquanto esta se refere a fato constitutivo do direito do Autor, necessária, portanto, à procedência do pedido; aquela diz respeito a requisito de admissibilidade da peça inicial. 2. O Instituto de Defesa do Consumidor - PROCON/DF, como autarquia integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, tem atribuição, autonomia e competência para processar, julgar e impor sanção ao fornecedor ou prestador de serviços que pratica conduta em afronta às normas de defesa do consumidor. 3. Inexistindo vício de motivação e fundamentação no processo administrativo, não é permitido ao Judiciário, reapreciar seu mérito, sob pena de violação ao princípio da separação dos poderes. 4. A faculdade de desistir das compras realizadas fora do estabelecimento do fornecedor, prevista no art. 49 do CDC, aplica-se aos contratos de transporte aéreo de passageiros, formalizados através da internet. 5. Recurso conhecido e desprovido.

Dessarte, depois de muitas discussões jurídicas a respeito disso, as passagens aéreas também estão incluídas no direito de arrependimento, apesar de diferente daquele exposto no art. 49 do CDC.

5.2 Instituições Financeiras

Seguindo essa linha de pensamento jurisprudencial, recentemente foi julgado o REsp nº 930.351/SP, que trata sobre uma ação de busca e apreensão com pedido de liminar em contrato resolvido por cláusula de arrependimento, onde o objeto da demanda era um veículo condicionado a alienação fiduciária, ajuizada por uma instituição bancária, tendo em vista o inadimplemento do consumidor. A relatora em seu voto, manifestou que o recorrente assinou dois contratos, o de compra e venda com a concessionária de veículos e o de financiamento com a instituição bancária. Depois da assinatura do contrato de financiamento, que ocorreu em local diverso do estabelecimento comercial, o consumidor se arrependeu e enviou uma notificação para a instituição bancária no sexto dia após à celebração do negócio jurídico, estando dessa forma, dentro do prazo estabelecido pelo art. 49 do Código de Defesa do Consumidor. Sendo assim, como foi recebida pelo banco a notificação, a resolução tácita do contrato existirá, tendo o consumidor sido abrangido pelo direito de

arrependimento, onde o banco teve seu pedido de busca e apreensão sido julgado improcedente. Veja-se:

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.

Assim, podemos concluir que o Código de Defesa do Consumidor também é aplicável em situações envolvidas com as instituições financeiras, onde a sua aplicabilidade já possui jurisprudência consolidada desde 2004, com Súmula nº 297 do STJ que fala que “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras.” (SEGUNDA SEÇÃO, julgado em 12/05/2004, DJ 09/09/2004, p. 149).

5.3 Serviço de Hospedagem

O Código de Defesa do Consumidor também é aplicável em situações de arrependimento dos consumidores que desejam desistir de se hospedar em hotéis, aplicando o art. 49, nos casos em que o serviço foi adquirido via site (Luana, 2016).

A 3ª Turma recursal do Tribunal de Justiça do Distrito Federal decidiu que os valores pagos pelo consumidor deveriam ser devidamente restituídos, vejamos:

CONSUMIDOR. PRELIMINAR. ILEGITIMIDADE PASSIVA. HOSPEDAGEM. SERVIÇO CONTRATADO FORA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL. INTERNET. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. PRAZO DE REFLEXÃO. DEVIDO O REEMBOLSO DO VALOR ADIMPLIDO. COBRANÇA INDEVIDA APÓS O CANCELAMENTO. [...] 2. APLICA-SE O DISPOSTO NO ART. 49 DO CDC ÀS COMPRAS EFETUADAS POR MEIO DA REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES, POIS REALIZADAS FORA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL. [...] 3. NOS TERMOS DO ART. 49 DO CDC, O CONSUMIDOR PODE DESISTIR DO CONTRATO NO PRAZO DE 7 (SETE) DIAS, A CONTAR DE SUA ASSINATURA OU DO ATO DE RECEBIMENTO DO PRODUTO OU SERVIÇO, SEMPRE QUE A COMPRA OCORRER FORA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL (PRAZO DE REFLEXÃO) [...]. (TJ-DF - ACJ: 20130710102899 DF 0010289-48.2013.8.07.0007, Relator: CARLOS ALBERTO MARTINS FILHO, Data de Julgamento: 17/09/2013, 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, Data de Publicação: Publicado no DJE : 19/09/2013 . Pág.: 256).

Sendo assim, a partir de julgamentos e avanços diários como este, podemos observar que se torna cada vez mais abrangente as aplicações do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, trazendo maior segurança ao consumidor nas relações jurídicas.

5.4 Fotografias

Em caso de material fotográfico, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios trouxe um interessante julgado, onde em um evento de formatura, mesmo sendo a compra do pacote realizada dentro de domicílio, não é passível de aplicação do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, diferente da regra, que seria possível o cancelamento em compras realizadas dentro do domicílio do consumidor. Vê-se:

APELAÇÃO. CIVIL E CONSUMIDOR. EMBARGOS À EXECUÇÃO. TÍTULO DE CRÉDITO REFERENTE À AQUISIÇÃO DE MATERIAL FOTOGRÁFICO DE EVENTO DE FORMATURA. COMPRA REALIZADA EM DOMICÍLIO. DIREITO DE ARREPENDIMENTO.

INTERPRETAÇÃO DO ARTIGO 49 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. PARTICULARIDADE DO CASO. MATERIAL DE FÁCIL REPRODUÇÃO. 1. Com o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, o chamado "direito de arrependimento", o legislador pretendeu proteger o consumidor de uma modalidade de venda agressiva realizada fora do estabelecimento comercial, muitas vezes sem o consumidor ter acesso antecipado ao produto, não podendo verificar sua qualidade além de outros elementos que possibilitem a uma refletida tomada de decisão. 2. O referido dispositivo legal deve ser interpretado com temperamentos, de modo a afastar sua incidência a toda e qualquer hipótese de desistência, sob pena de, em casos extremos, inviabilizar a atividade desempenhada pelo fornecedor. 3. No caso de venda de material fotográfico consumada na casa do consumidor, após a realização do evento, a regra do direito de arrependimento deve ser mitigada, uma vez que, além de ter tido acesso a todo o material adquirido, podendo atestar a sua qualidade, o produto se mostra de fácil reprodução e multiplicação, mesmo que em posse do comprador por poucos dias. 4. Negou-se provimento ao apelo. TJ-DF 20160110014824 DF 0000458-86.2016.8.07.0001, Relator: FLAVIO ROSTIROLA, Data de Julgamento: 18/04/2018, 3ª TURMA CÍVEL, Data de Publicação: Publicado no DJE : 30/04/2018 . Pág.: 176/184)

Decidiu por considerar, dessa forma, tendo em vista que o direito de arrependimento que estava tentando ser exercido era após a realização do evento, onde poderia ter o contato com a qualidade das fotos e do serviço, afastando assim tal direito.

5.5 Dentro e Fora do estabelecimento comercial

O Código de Defesa do Consumidor traz expresso em seu *caput* que o direito de arrependimento só é aplicável nos casos em que a compra é realizada fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. A jurisprudência massiva possui entendimento de que não será possível a troca do produto ou devolução dos valores pagos se a compra foi realizada dentro do

estabelecimento comercial, sendo o fornecedor apenas obrigado nesses casos em caso de defeito do produto, no prazo de 30 dias, conforme art. 26, I do Código de Defesa do Consumidor, vejamos:

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis; (BRASIL, 1990)

Em julgado no Tribunal de Justiça do Distrito Federal, o Relator decidiu pela não aplicação do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que o produto foi adquirido dentro do estabelecimento comercial:

PROCESSO CIVIL E CIVIL. JUNTADA DE DOCUMENTOS QUANDO DAS RAZÕES DE APELAÇÃO. POSSIBILIDADE. CONSUMIDOR. DIREITO ARREPENDIMENTO. PRAZO DE REFLEXÃO. ART. 49 DO CODECON. PRODUTO ADQUIRIDO DENTRO DO ESTABELECIMENTO DO FORNECEDOR. DESFAZIMENTO DO NEGÓCIO. IMPOSSIBILIDADE. 1. CONFORME PRECEDENTES DO STJ, É POSSÍVEL A JUNTADA DE DOCUMENTOS QUANDO DA APRESENTAÇÃO DAS RAZÕES DE APELAÇÃO, DESDE QUE NÃO ESTEJA CARACTERIZADA A MÁ-FÉ E QUE SEJA OPORTUNIZADO O CONTRADITÓRIO. 2. O DIREITO DE ARREPENDIMENTO PREVISTO NO ARTIGO 49 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR CONTEMPLA A AQUISIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS ADQUIRIDOS FORA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL DO FORNECEDOR, ESPECIALMENTE POR TELEFONE OU DOMICÍLIO.

(TJ-DF - AC: 20050110893788 DF, Relator: ASDRUBAL NASCIMENTO LIMA, Data de Julgamento: 22/11/2006, 5ª Turma Cível, Data de Publicação: DJU 08/02/2007 Pág. : 90).

Seguindo a linha de pensamento jurisprudencial, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul decidiu pela aplicação do CDC apenas fora do estabelecimento comercial:

CONSUMIDOR. COMPRA E VENDA DE PRODUTO ADQUIRIDO

FORA DO ESTABELECIMENTO DO FORNECEDOR. AQUISIÇÃO FEITA COM BASE EM CATÁLOGO/AMOSTRA VIA REPRESENTANTE COMERCIAL. DIREITO DE ARREPENDIMENTO EXERCIDO DENTRO DO PRAZO LEGAL E DE MODO JUSTIFICADO. BOA-FÉ EVIDENCIADA. AUSÊNCIA DE PROVA, A CARGO DO FORNECEDOR, DA IMPOSSIBILIDADE DE REUTILIZAÇÃO DO PRODUTO DEVOLVIDO. DIREITO À RESTITUIÇÃO DO VALOR ANTECIPADAMENTE PAGO PELO PRODUTO E SUA INSTALAÇÃO. INTERPRETAÇÃO DO ART. 49 DO CDC. Sentença confirmada. Recurso improvido. (Recurso Cível Nº 71006048151, Quarta Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Ricardo Pippi Schmidt, Julgado em 03/06/2016).

(TJ-RS - Recurso Cível: 71006048151 RS, Relator: Ricardo Pippi Schmidt, Data de Julgamento: 03/06/2016, Quarta Turma Recursal Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 07/06/2016).

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal também julgou:

JUIZADO ESPECIAL CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. CONTRATO DE COMPRA E VENDA DE VEÍCULO E FINANCIAMENTO BANCÁRIO. DESISTÊNCIA. INAPLICABILIDADE DO ARTIGO 49 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO. 1. O direito de arrependimento do consumidor, disposto no art. 49 do CDC, não se aplica à hipótese de aquisição de veículo e financiamento bancário realizados no interior da concessionária, onde há representante da financeira. 2. Ademais, o contrato principal é o de compra e venda de veículo sendo o de financiamento contrato acessório. O autor-recorrente quer exercer seu direito de arrependimento/desistência do contrato principal e, por consequência lógica, do contrato acessório de financiamento. Destarte, a análise deve ser em relação ao contrato principal. 3. No contrato principal, há informação clara de que, em caso de desistência, será cobrada multa de 5% sobre o valor total da operação (ID 1832365). Esse valor não é abusivo, portanto será devido diante da desistência do consumidor de prosseguir com o contrato após assinatura livre e consciente dos seus termos. Assim, a sentença deve

ser mantida por seus próprios fundamentos. 4. Recurso CONHECIDO e NÃO PROVIDO. Sentença mantida. Condeno o recorrente vencido ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios, estes fixados em 10% sobre o valor atualizado da causa, nos termos do art. 55 da Lei 9.099/95. Todavia, suspendo sua exigibilidade, em razão da gratuidade de justiça que ora defiro. A súmula de julgamento servirá de acórdão, conforme regra do art. 46 da Lei n. 9.099/95. (TJ-DF 07106999620178070016 DF 0710699-96.2017.8.07.0016, Relator: JOÃO FISCHER, Data de Julgamento: 25/10/2017, 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais do DF, Data de Publicação: Publicado no DJE: 03/11/2017. Pág.: Sem Página Cadastrada.).

Finalizo com o julgado do Tribunal de Justiça do Paraná, que decidiu pela aplicação do direito de arrependimento juntamente com danos morais acrescidos dos consectários, tendo em vista se tratar de produto essencial. Vejamos:

DECISÃO: ACORDAM os integrantes da Décima Segunda Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Paraná, por unanimidade de votos, em negar provimento ao recurso, nos termos do voto da Relatora. EMENTA: DIREITO DO CONSUMIDOR. APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL E MATERIAL. REFRIGERADOR ADQUIRIDO PELA INTERNET. PRODUTO ENTREGUE COM AVARIAS E SEM FUNCIONAMENTO. DIREITO DE ARREPENDIMENTO CABÍVEL À LUZ DO DISPOSTO NO ART. 49 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E QUE DEVE SER EXERCIDO NO PRAZO DE 7 (SETE) DIAS. BEM, ADEMAIS, QUE IMPORTA EM PRODUTO ESSENCIAL, NOS TERMOS DO ART. 18, § 3º. DO CDC, DADA A NECESSIDADE DE CONSERVAÇÃO DE ALIMENTOS.FORNECEDOR QUE DEVE RESTITUIR O VALOR PAGO ACRESCIDO DOS CONSECTÁRIOS, BEM COMO INDENIZAR A DANO MORAL. REDUÇÃO DO QUANTUM INDENIZATÓRIO. NÃO CABIMENTO. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. 1. O direito de arrependimento (art. 49 do CDC) próprio das compras fora do

estabelecimento comercial, assegura ao consumidor o direito de arrependimento no prazo de 7 (sete) dias, com a retorno das partes ao status quo ante. 2. A aquisição de refrigerador para o lar consubstancia-se no chamado produto essencial (art. 18, § 3º, do CDC), pois destina-se à conservação de alimentos perecíveis. Trata-se de exceção que dá ao consumidor a possibilidade de exigir imediatamente as opções do § 1º. do art. 18 do CDC: "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.".3. Imperiosa a condenação do fornecedor desidioso no cumprimento dos comandos consumeiristas, tanto à restituição do valor pago como aos danos morais, notadamente por se tratar de produto essencial, o que sobeja e muito, ao" mero dissabor ".RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. (TJPR - 12ª C.Cível - AC - 1160287-8 - Região Metropolitana de Maringá - Foro Regional de Mandaguari - Rel.: Ivanise Maria Tratz Martins - Unânime - - J. 11.02.2015). (TJ-PR - APL: 11602878 PR 1160287-8 (Acórdão), Relator: Ivanise Maria Tratz Martins, Data de Julgamento: 11/02/2015, 12ª Câmara Cível, Data de Publicação: DJ: 1511 23/02/2015).

Diante do exposto, é possível concluir que o Código de Defesa do Consumidor tenta proteger e igualar o consumidor junto ao fornecedor nas compras realizadas fora do estabelecimento comercial, trazendo a responsabilização das falhas para o prestador de serviço, onde o mesmo deverá arcar com o ônus ao qual sucumbiu.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Código de Defesa do Consumidor prevê ao consumidor a possibilidade de desistência da sua compra, dentro do prazo de 07 dias, desde que o produto ou serviço tenha sido adquirido fora do estabelecimento comercial, em especial por telefone ou a domicílio, ou seja quando um vendedor vai na porta realizar a venda.

O consumidor então, não entra em contato com a compra na maioria das vezes, não podendo avaliar se realmente necessita daquilo, sendo muitas vezes levado pela influência do vendedor ou até mesmo pelas propagandas enganosas e agressivas do fornecedor, que possuem alto poder de convencimento.

Se vendo na necessidade exercer seu direito, o consumidor deverá entrar em contato com o fornecedor, comunicando ao mesmo que deseja realizar a devolução do produto ou cancelamento do serviço, independente do motivo, e o fornecedor arcará com o ônus da devolução.

Outra ponderação é que o direito de arrependimento, conforme expresso no caput do art. 49 somente poderá ser exercido se a compra for realizada fora do estabelecimento comercial, podendo ser compra pela internet, por telefone, por vendedor de porta, por revista, entre outros.

Além disso, é esperado também que o fornecedor passe a agir cada vez mais com a boa-fé, que é resguardada nas relações de consumo, podendo se evitar os atritos causados pelas falhas das prestações de serviço que estão mais comuns com o passar do tempo.

Desta forma, pode-se chegar à conclusão que o direito de arrependimento anda avançando diariamente, em busca de cada vez mais proteger o consumidor, tendo em vista sua vulnerabilidade.

É de grande importância para tal avanço, que o Poder Público, junto ao Procon e outros órgãos, possa estar praticando a educação dos consumidores, investindo em palestras, panfletagens, propagandas, entre outros métodos de visibilidade de exercício dos seus direitos, podendo cada vez mais conscientizar os consumidores.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Landolfo. **O direito de arrependimento na compra de passagens aéreas pela internet**. Disponível em: <http://genjuridico.com.br/2018/03/14/o-direito-de-arrependimento-na-compra-de-passagens-aereas-pela-internet/>. Acesso em: 21 out 2019.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF. 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm. Acesso em: 21 out 2019.

BRASIL. Resolução nº 400, de 13 de dezembro de 2016. **Agência Nacional de Aviação Civil**. 2016. Disponível em: http://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/resolucoes/resolucoes-2016/resolucao-no-400-13-12-2016/@@display-file/arquivo_norma/RA2016-0400%20-%20Compilado%20at%C3%A9%20RA2017-0434.pdf. Acesso em: 21 out 2019.

BRASIL. Tribunal da Justiça do Paraná. Apelação nº 11602878 PR 1160287-8 (Acórdão). Relatora: Ivanise Maria Tratz Martins. DJ: 23/02/2015. **JusBrasil**. 2015. Disponível em: <https://tj-pr.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/168881341/apelacao-apl-11602878-pr-1160287-8-acordao?ref=serp>. Acesso em: 21 out 2019.

BRASIL. Tribunal da Justiça do Distrito Federal e Territórios. Apelação nº 0069333-21.2010.8.07.0001 DF 0069333-21.2010.8.07.000. Relator: Sandoval Oliveira. DJ: 16/10/2014. **JusBrasil**. 2014. Disponível em: <https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/146166411/apelacao-civel-apc-20100112169790-df-0069333-2120108070001/inteiro-teor-146166432>. Acesso em: 21 out 2019.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Apelação nº 0000128-10.2010.8.19.0052. Relator: Rogério de Oliveira Souza. DJ: 22/10/2012. **JusBrasil**. 2012. Disponível em: <https://tj-rj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/387673676/apelacao-apl-1281020108190052-rio-de-janeiro-araruama-1-vara-civel?ref=serp>. Acesso em: 21 out 2019.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Recurso Cível nº 71006048151. Relator: Ricardo Pippi Schmidt. DJ: 07/06/2016. **JusBrasil**. 2016. Disponível em: <https://tj-rs.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/347497692/recurso-civel-71006048151-rs?ref=serp>. Acesso em: 21 out 2019.

BRASIL. Tribunal da Justiça do Distrito Federal e Territórios. Apelação nº 20050110893788. Relator: Asdrubal Nascimento Lima. DJ: 08/02/2007. **JusBrasil**. 2007. Disponível em: <https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/2750446/apelacao-civel-ac-20050110893788-df?ref=serp>. Acesso em: 21 out 2019.

BRASIL. Tribunal da Justiça do Distrito Federal e Territórios. Apelação nº 0000458-

86.2016.8.07.0001. Relator: Flávio Rostirola. DJ: 30/04/2018. **JusBrasil**. 2018. Disponível em: <https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/574089108/20160110014824-df-0000458-8620168070001?ref=serp>. Acesso em: 21 out 2019.

CASTRO, Luana. **Direito de arrependimento: Como funciona o artigo 49 do CDC**. 2016. Disponível em: <https://blog.sajadv.com.br/direito-de-arrependimento/>. Acesso em: 21 out 2019.

MELO, Leonardo Albuquerque. **A (in)aplicabilidade do Direito de Arrependimento no Comércio Eletrônico**. 2014. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Direito) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal/RN, 2014. Disponível em: https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/894/1/LeonardoAM_Monografia.pdf. Acesso em: 17 out 2019.

NETO, ALVARO ALVES FERREIRA. **Direito de arrependimento no comércio eletrônico**. 2016. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/47157/direito-de-arrependimento-no-comercio-eletronico>. Acesso em: 21 out 2019.

SILVA, Vandeler Ferreira. **Direito de arrependimento**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/direito/direito-de-arrependimento/>. Acesso em: 21 out 2019.

STJ. RECURSO ESPECIAL: REsp 606382 MS 2003/00206071-6. Relator: Ministro Cesar Asfor Rocha. DJ: 17/05/2004. **JusBrasil**, 2012. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7334199/recurso-especial-resp-606382-ms-2003-0206071-6-stj/relatorio-e-voto-13021744>. Acesso em: 17 out 2019.

STJ. RECURSO ESPECIAL: REsp 930351 SP 2007/0045219-3. Relatora: Ministra Nancy Adrighi. DJ: 27/10/2009. **JusBrasil**. 2009. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/5684542/recurso-especial-resp-930351-sp-2007-0045219-3/inteiro-teor-11843213>. Acesso em: 21 out 2019.

TEIXEIRA, Diego Armando Da Costa Machado. **O Direito de Arrependimento no CDC**. 2012. Disponível em: https://www.jurisway.org.br/monografias/monografia.asp?id_dh=7050. Acesso em: 21 out 2019.

QUEIROZ, LUANA MARINA LIMA DE. **Do direito de arrependimento nas reservas de vagas em hotéis feitas fora do estabelecimento comercial**. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/51427/do-direito-de-arrependimento-nas-reservas-de-vagas-em-hotéis-feitas-fora-do-estabelecimento-comercial>. Acesso em: 21 out 2019.