DIREITO DO CONSUMIDOR APLICADO AS COMPRAS *ON-LINE*: DIREITO AO ARREPENDIMENTO

CONSUMER RIGHTS APPLIED TO ONLINE PURCHASES: RIGHT TO REPENTANCE

*João Pedro Neves Moreira*¹

*Matheus dos Santos Silva*²

RESUMO

No mundo atual, as relações de consumo fazem parte da nossa rotina a todo o tempo. Com a evolução tecnológica e o acesso deliberado as redes sociais por meio da *internet*, surgiram diversos aplicativos e *sites* capazes de satisfazer grande parte das necessidades humanas, com apenas um clique, sem precisar sair de casa, na comodidade de seu lar. No entanto, muitas vezes, ao adquirir determinado produto, o consumidor não se informa corretamente de seus direitos, quando realiza suas compra; se fosse claramente informado, poderia evitar diversos prejuízos. No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi criado para reger as relações de consumo e garantir a proteção aos direitos do consumidor. Essa legislação, traz uma série de regras para que consumidores não sejam colocados em situação de vulnerabilidade, sendo que uma delas é o direito de arrependimento. O presente artigo, portanto, irá apontar como funciona a aplicação do direito ao arrependimento nas relações de consumo em compras *on-line* e quais os casos em que será aplicado tal direito.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Compras *on-line*. Direito ao arrependimento.

ABSTRACT

In today's world, consumer relations are part of our routine all the time. With the technological evolution and the deliberate access to social networks through the internet, several applications and websites have emerged capable of satisfying a

¹ Graduando em Direito pelo Centro Universitário UNA Contagem. E-mail: joao88pedro@icloud.com.

² Graduando em Direito pelo Centro Universitário UNA Contagem. E-mail: matheu611@gmail.com.

large part of human needs, with just one click, without having to leave the house, in the comfort of your home. However, many times when purchasing a certain product, the consumer is not correctly informed of their rights through their purchase, which, if clearly informed, could avoid several damages.

In Brazil, the Consumer Defense Code (CDC) was created to govern consumer relations and ensure the protection of consumer rights. This legislation brings a series of rules so that consumers are not placed in a situation of vulnerability, one of which is the right to regret. This article will point out how the application of the right to repentance works in consumer relations in online purchases and in which cases such right will be applied.

Keywords: Consumer Law. Online shopping. Right to repentance.

SUMÁRIO: 1) Introdução. 2) Breves considerações sobre o Direito do Consumidor. 2.1) Relações de Consumo 3) O Comércio Eletrônico e a nova era da *Internet*. 3.1) Os Contratos Eletrônicos e suas classificações. 3.1.1) Contratos Eletrônicos Intersistêmicos. 3.1.2) Contratos Eletrônicos Interpessoais. 3.1.3) Contratos Eletrônicos Interativos. 3.2) As formas de pagamento. 4) Direito ao Arrependimento. 4.1) Prazo de reflexão. 4.2) Devolução dos valores pagos. 4.3) Atualizações legais acerca do Direito ao arrependimento. 5) Considerações finais. Referências Bibliográficas.

1 INTRODUÇÃO

O avanço da tecnológico, nos últimos anos, vem contribuindo de maneira crescente e relevante para o comércio eletrônico, ao qual possibilita a pessoa a adquirir qualquer produto por meio da *internet*, sem precisar sair de casa, apenas com alguns cliques em seu celular, computador, *notebook* ou qualquer outro meio eletrônico com acessibilidade a *internet*. Antes mesmo da vigência do Código de Defesa do Consumidor, em 1990, a Constituição Federal já garantia a defesa dos direitos do consumidor, em seu artigo 5º, inciso XXXII, que dispõe “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, sendo esse portanto, um direito fundamental.

O presente estudo irá abordar o direito de arrependimento, no que tange a proteção contratual, verificando a possibilidade que o consumidor tem de desistir de

sua compra dentro do prazo de 7 (sete) dias, contados a partir da sua posse do produto e como será realizada a sua restituição do valor, sendo de forma imediata, dentro do mesmo prazo, com atualização monetária.

Quando se refere ao consumidor, vale ressaltar que se trata de pessoa física ou jurídica, desde que preencha os requisitos das relações de consumo que serão abordadas ao longo desse artigo.

O comércio eletrônico é a extensão do comércio convencional, visando a entrada de novos fornecedores, mesmo sem ter um estabelecimento físico, trabalhando em volta dos negócios no mercado digital, que vem crescendo significativamente ao longo dos últimos anos, principalmente durante o período da Pandemia Mundial do Corona-Vírus em 2019 aos dias atuais.

E, por fim, é importante destacar que no ano de 2013 entrou em vigor o Decreto Federal 7.962, com o objetivo de regulamentar as normas do CDC, trazendo novas disposições quanto ao comércio eletrônico, assim reconhecendo também o direito de arrependimento.

2 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE O DIREITO DO CONSUMIDOR

O Direito do Consumidor está restrito à atividade econômica. Conforme aponta o autor Eros Roberto Grau, o Direito do Consumidor “compreende tudo aquilo que possa ser objeto de especulação lucrativa”(GRAU, 1988, p. 138.).

Já a atividade econômica, está ligada ao mercado. Sobre o mercado, expõe , Rizzato Nunes:

“O mercador é uma ficção econômica, mas também é uma realidade concreta. Como dissemos, ele pertence à sociedade. Não é da propriedade, posse ou uso de ninguém em particular e também não é exclusividade de nenhum grupo específico. A existência do mercado é confirmada por sua exploração diuturna concreta e histórica. Mas essa exploração não pode ser tal que possa prejudicar o próprio mercado ou a sociedade.”³

³ NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2008, p.56.

Dessa forma, como “bem de uso comum do povo”, a exploração do mercado é livre, assim como aponta a Constituição Federal, assegurando a todos o livre exercício da atividade econômica. O artigo 5º, XXXII da Constituição Federal, expõe que, dentre os deveres impostos ao Estado Nacional, estabelece o de promover, na forma da lei, a defesa do consumidor.

Assim, foi criado o Código de Defesa do Consumidor, como uma lei específica e subsidiária, sendo muito mais do que um conjunto de normas e princípios que regem a tutela dos consumidores de modo geral, cuidando para que sejam efetivamente colocados em prática. Tal dispositivo busca a proteção do consumidor das ações do mercado de consumo, por meio de diversas determinações protetivas, que regem a atividade econômica, impondo deveres, em grande medida, ao fornecedor.

2.1 Relações de Consumo

A relação jurídica é composta por um sujeito ativo, um sujeito passivo, um objeto, e um fato que liga o sujeito ativo ao sujeito passivo. Assim, podemos analisar a relação de consumo sob o ponto de vista de cada um de seus componentes. As relações de consumo são aquelas onde há um consumidor, um fornecedor e um produto em conexão. Para existir a relação de consumo necessariamente devem existir esses três elementos conectados.

O Código de Defesa do Consumidor, nos artigos 2º e 3º, conceitua o que vem a ser, para os seus efeitos, consumidor, fornecedor, produtos e serviços. Vejamos:

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

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

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.

§ 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.⁴

Assim, é possível estabelecer parâmetros para a identificação dos componentes da relação jurídica de consumo, do qual trata primordialmente a lei em questão.

Para entender a relação de consumo, é necessário entender conceitos fundamentais de consumidor e fornecedor.

Consumidor, conforme já abordado no art. 2º do CDC, é aquele sujeito imbuído de vulnerabilidade. Nessa linha, Eliane M. Octaviano Martins pondera que:

“Inobstante serem detectados inúmeros entendimentos diversos acerca do exato alcance do conceito de vulnerabilidade, prepondera a exegese que sustenta dever ser a vulnerabilidade compreendida no sentido técnico, jurídico e socioeconômico”.⁵

E prossegue, concluindo que:

“Infere-se, portanto, que tais sentidos importam na configuração de não ter o consumidor conhecimentos em relação aos aspectos jurídicos do negócio e as suas repercussões econômica além de não se encontrar, geralmente, na mesma condição social e econômica do fornecedor parte com que negocia. Efetivamente, como regra, as conclusões adotadas pela teoria subjetiva ou finalista estão calcadas nos seguintes pressupostos: i) o conceito de consumidor deve ser subjetivo e permeado pelo critério econômico e da vulnerabilidade; ii) a expressão “destinatário final” deve ser interpretada restritivamente.”⁶

Dessa forma, o consumidor, arrisca-se a submeter-se ao poder e condições dos produtores dos bens e serviços, sendo segurado pelo Direito do Consumidor,

⁴ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 01 abr 2022.

⁵ MARTINS, Eliane M. Octaviano. *Apud* SIMÕES, Alexandre Gazetta. **Apontamentos sobre a caracterização da relação de consumo**. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-92/apontamentos-sobre-a-caracterizacao-da-relacao-de-consumo/> > acesso em 09 mar 2022.

⁶ MARTINS, Eliane M. Octaviano. *Apud* SIMÕES, Alexandre Gazetta. **Apontamentos sobre a caracterização da relação de consumo**. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-92/apontamentos-sobre-a-caracterizacao-da-relacao-de-consumo/> > acesso em 09 mar 2022.

criado com o objetivo de regular as relações estabelecidas entre a pessoa do consumidor e do fornecedor.

Fornecedor, conforme já abordado no art.3º do CDC, é a pessoa capaz, física ou jurídica, que “desenvolvam atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.

Sob esses dois conceitos, aponta Fabio Ulhoa Coelho que:

“Fornecedor é a pessoa que desenvolve *atividade* de oferecimento de bens ou serviços ao mercado, e consumidor aquela que os adquire como *destinatário final*. Sempre que a relação jurídica ligar um exercente de atividade de oferecimento de bens ou serviços ao mercado ao destinatário final destes, ela é uma relação de consumo e sua disciplina será a do regime de tutela do consumidor”.⁷

Assim, como se observa pelos conceitos trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor acerca de consumidor e fornecedor, é imprescindível que se tenha como entes formadores da relação de consumo essas duas figuras em polos distintos, devendo o consumidor figurar em um polo da relação e o fornecedor em outro.

A responsabilidade civil adotada pelo Código de Defesa do Consumidor é a objetiva, ou seja, independe de culpa ou dolo.

O CDC expõe em seus artigos 12 ao 20 essa responsabilidade objetiva, inclusive, solidária, entre os fornecedores de produto e os prestadores de serviço. A exceção é sobre os profissionais liberais que prestam serviço, já que somente respondem mediante prova de culpa (responsabilidade subjetiva), conforme dispõe o § 4º do art. 14 do CDC, vejamos:

Art. 14 – (...)

§ 4º - A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa. ⁸

⁷ COELHO, Fabio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial – Direito de Empresa**. Editora Saraiva, 2007, 18ª Edição.

⁸ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 01 abr 2022

Podemos apontar as situações de responsabilidade civil abordadas pelo Código de Defesa do Consumidor, sendo elas:

Responsabilidade pelo vício do produto ou serviço: Nessa situação, é levada em consideração a qualidade ou quantidade do produto ou serviço. A responsabilidade recairá quando o produto ou serviço não estiver de acordo com sua finalidade, frustrando assim a expectativa do consumidor. Tal responsabilidade possui natureza intrínseca, uma vez que recai apenas sobre o produto ou serviço. Dessa forma, sendo percebida essa infração e não sendo o vício sanado no prazo de 30 (trinta) dias, o consumidor pode pedir a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições ou a substituição do valor pago, ou ainda, o abatimento proporcional do preço, assim dispõe o artigo 18, §1º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço⁹.

Na mesma linha, dispõe o STJ:

Vício não sanado após trinta dias – alternativas à escolha do consumidor

“6. Segundo orientação jurisprudencial desta Corte, conforme disposto no art. 18, § 1º, do CDC, no caso de o vício de qualidade não ser sanado no prazo de 30 (trinta) dias, cabe ao consumidor, independentemente de justificativa, optar pela substituição do bem, pela restituição do preço, ou pelo abatimento proporcional. Precedente.” AgInt no REsp 1540388/SC¹⁰.

O Art. 20 do CDC expõe que a responsabilidade de vícios em serviços prestados, também é do fornecedor. Assim, são considerados impróprios, os

⁹ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 05 jun 2022.

¹⁰ TJDF. **Opções para o consumidor em caso de vício não sanado**. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/responsabilidade-civil-no-cdc/opcoes-para-o-consumidor-em-caso-de-vicio-nao-sanado#:~:text=18%2C%20C%2%A7%201%C2%BA%2C%20do%20CDC,pre%C3%A7o%2C%20ou%20pelo%20abatimento%20proporcional.> > Acesso em 05 jun 2022.

serviços inadequados ou que não atendam as normas regulamentadas. Nessas situações, o consumidor pode exigir que os serviços fossem prestados novamente sem nenhum custo adicional, o abatimento proporcional do preço ou também, poderá exigir a restituição do valor pago.

Responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço: Nessa situação, o fato é o resultado do defeito, ou seja, em razão do defeito do produto ou serviço ocorre o resultado que extrapola a esfera da coisa ou serviço trazendo danos ao consumidor que pode ser reparado. Assim dispõe o art. 12, §1º do CDC:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação.¹¹

Diante do exposto, vale pontuar a diferença entre fato e vício do produto ou serviço. Assim aponta Marcel André Rodrigues em seu artigo:

Vício é quando o problema fica limitado ao produto ou serviço, ou seja, não ocasiona prejuízos colaterais. Como exemplo, temos um televisor que ao ser ligado na tomada, queima e deixa de funcionar. Ou a construção de uma calha que não escoar devidamente a água da chuva.

Fato é quando o problema transpõe os limites do produto ou serviço, ou seja, ocasionando prejuízos colaterais, como danos materiais, morais ou estéticos. Como exemplo, temos o mesmo televisor que ao ser ligado na tomada pega fogo, causando um incêndio na residência do consumidor e queimaduras em sua pele (danos materiais, morais e estéticos). Ou a construção de uma calha que além de não escoar devidamente a água da chuva, por conta do peso acumulado da água não escoada, causa o desabamento de parte do telhado, ferindo ainda o consumidor (danos materiais, morais e estéticos).¹²

Outro ponto relevante a ser abordado, é que o comerciante não foi incluído como responsável solidário nas situações de fato do produto. Ao contrário do artigo

¹¹ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 05 jun 2022.

¹² RODRIGUES, Marcel André. **A responsabilidade civil e o Código de Defesa do Consumidor** . Disponível em: <https://marcelandre.jusbrasil.com.br/artigos/126510917/a-responsabilidade-civil-e-o-codigo-de-defesa-do-consumidor> > Acesso em 04 jun 2022.

18 do CDC, que aponta amplamente a responsabilidade do fornecedor, o artigo 12 do CDC elenca taxativamente, os fornecedores detentores da responsabilidade:

Art. 12 – O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.¹³

Dessa forma, o comerciante só será responsabilizado pelo fato do produto nas situações apontadas no artigo 13 do CDC:

Art. 13 – O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I – o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II – o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III – não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.¹⁴

E por fim, o parágrafo único do referido artigo, expõe que compete ao fornecedor indenizar o consumidor pelo fato do produto, garantindo o direito de regresso frente aos demais fornecedores de acordo com sua participação na causa do evento danoso.

3 O COMÉRCIO ELETRÔNICO E A NOVA ERA DA INTERNET

Com o desenvolvimento tecnológico e as diversas formas permitidas de pagamento por meio de aplicativos, fazer compras *online* está muito mais fácil para os consumidores. Essa nova forma de comércio veio como uma verdadeira reinvenção, principalmente, após a pandemia mundial da Covid-19.

¹³ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 05 jun 2022.

¹⁴ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 01 abr 2022.

3.1 Os Contratos Eletrônicos e suas classificações

Janete Miranda conceitua que o contrato eletrônico nada mais é que “o encontro de uma oferta de bens ou serviços que se exprime de modo audiovisual através de uma rede internacional de telecomunicações e e uma aceitação suscetível de manifestar-se por meio da interatividade”¹⁵. A autora completa ainda que os contratos eletrônicos “são todas as espécies de signos eletrônicos transmitidos via *internet* permitindo a determinação de deveres e obrigações jurídicos”¹⁶.

Na mesma linha, Brancher expõe que “contratos eletrônicos são aqueles em que sua celebração depende da existência de um sistema informático, ou da intercomunicação entre sistemas informáticos”¹⁷. E completa:

No primeiro caso, quando a interação se dá entre o usuário e o sistema informático, a manifestação da vontade é estática, pois não extrapola os limites daquele sistema. Antes do advento da Internet, a manifestação de vontade era puramente estática, sendo concebida na interação da pessoa com o computador e ali permanecendo. A partir do uso comercial da Internet, a manifestação da vontade ocorre com a intercomunicação de sistemas informáticos, por meio da troca eletrônica de dados.¹⁸

Assim, pode-se dizer que o meio utilizado para celebração do contrato, é o meio eletrônico, onde as partes formalizam o contrato, através de um instrumento eletrônico, tais como computador, celular e etc...No entanto, é importante ressaltar que um contrato eletrônico, deve ser eletronicamente consentido.

Sobre a formalização do contrato eletrônico, explica Rossi:

“o ato jurídico de formalização dessa oferta, portanto, se consumaria no momento em que, concluídas as funções de programação (inclusão e caracterização dos itens oferecidos à venda, indicação de seus preços e das opções de pagamento, etc.), o sistema aplicativo seja instalado em um website e aberto ao acesso público. Este seria o momento em que o

¹⁵ MIRANDA, Janete. **Contratos Eletrônicos - princípios, condições e validade**. Disponível em: <https://jan75.jusbrasil.com.br/artigos/149340567/contratos-eletronicos-principios-condicoes-e-validade#:~:text=Conceito%20de%20Contrato%20Eletr%C3%B4nico,se%20por%20meio%20da%20interatividade>. > Acesso em 08 mai 2022.

¹⁶ Idem.

¹⁷ BRANCHER, Paulo Marcos Rodrigues. **Contrato eletrônico**. Disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/259/edicao-1/contrato-eletronico#:~:text=1.-,Conceito,da%20intercomunica%C3%A7%C3%A3o%20entre%20sistemas%20inform%C3%A1ticos>. > Acesso em: 08 mai 2022.

¹⁸ Idem.

ofertante estaria manifestando sua vontade. O adquirente dos produtos ou serviços eletronicamente ofertados, por seu turno, estaria expressando sua vontade quando, após acessar o sistema aplicativo e com ele interagir (...), preencher o campo eletrônico que solicita a indicação de sua plena aceitação aos termos e condições de fornecimento constantes da oferta. Pode-se dizer que é nesse instante que o contrato de adesão é efetivamente celebrado”.¹⁹

Dessa forma, percebe-se que o contrato eletrônico formaliza uma relação jurídica como qualquer outra de natureza contratual, no entanto, é obrigação do fornecedor informar ao consumidor de forma clara e objetiva antes da contratação todas as informações relevantes para efetuar a compra.

Os princípios que norteiam os contratos eletrônicos são: princípio de identificação, princípio da autenticação, princípio dos impedimentos, princípio da rejeição, princípio da verificação, princípio da privacidade, princípio da equivalência funcional, princípio da neutralidade, princípio da conservação e aplicação das normas jurídicas e por fim, o princípio da boa fé objetiva.

Os contratos eletrônicos se classificam de acordo com o momento de formação e o seu respectivo local, o que implicará em saber qual a legislação será aplicável, qual o foro competente e se é entre ausentes ou não, conforme abordado adiante.

3.1.1 Contratos Eletrônicos Intersistêmicos

Nesse tipo de contrato, as cláusulas já são previamente estipuladas e o meio eletrônico é apenas o meio de sua execução. Nesta modalidade, também conhecida como *rede fechada*, a comunicação ocorre através de sistemas aplicativos previamente programados.

Sobre essa modalidade de contrato, explica Paulo Henrique Vieira Sante *apud* José Wilson Boiago Júnior que “necessita de um prévio acordo entre os contratantes, e, além do mais, o acesso se torna restrito àqueles que fazem parte do acordo”²⁰, complementando que “a manifestação das partes contratantes ocorre no momento em que os sistemas aplicativos são programados para a realização de

¹⁹ ROSSI, Mariza Delapieve. **Aspectos legais do comércio eletrônico: contratos de adesão**. Anais do 19º seminário nacional de propriedade intelectual da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual, São Paulo, 1999, p. 105.

²⁰ BOIAGO JÚNIOR, José Wilson. op. cit., p. 88

cada uma das comunicações e execuções do vínculo jurídico anteriormente pactuado”²¹.

Um exemplo desse tipo de contrato é EDI (*electronic data interchange*), bastante utilizado nas contratações entre pessoas jurídicas.

3.1.2 Contratos Eletrônicos Interpessoais

Ao contrário da modalidade anterior, esse tipo de contrato, permite interação entre as partes através de mensagens eletrônicas. A autora Erica Brandini Barbagalo²² aponta que a celebração se dá através da conexão virtual entre pessoas e com a resposta em um curto espaço de tempo.

Geralmente os contratos são realizados pelos computadores no momento da aceitação e instrumentalização do acordo.

Em resumo, conforme explica Paulo Henrique Vieira Sante “essa categoria da qual a proposta e a celebração do contrato deverá ocorrer de modo *on-line* por meio de mensagens podendo ser ou não de forma instantânea”²³.

3.1.3 Contratos Eletrônicos Interativos

Sendo a modalidade mais utilizada atualmente, os contratos eletrônicos interativos, foco central desse estudo, são aqueles onde a comunicação entre as partes ocorre por meio de interação entre a pessoa e um aplicativo digital previamente programado. Grandes exemplos dessa modalidade contratual são os sites e lojas virtuais (e-commerce).

Sobre essa modalidade contratual, discorre Jorge José Lawand:

“Na esfera da contratação no ambiente do comércio eletrônico os negócios jurídicos por clique são amplamente utilizados e são conhecidos no direito comparado como *click-through agreements*. São assim designados, haja vista seus termos serem aceitos através da confirmação digital na tela do monitor do computador, no mais das vezes utilizando o mouse. Em muitos casos o operador do web site oferece as mercadorias ou serviços para venda, e o consumidor adquire completando e transmitindo uma ordem de compra disposta na tela do computador. A partir do momento em que se configura a aceitação, o contrato considera-se formado. Esses contratos

²¹ Idem.

²² BARBAGALO, Erica Brandini. op. cit., p. 53-4.

²³ SANTE, Paulo Henrique Vieira. **Contratos eletrônicos e sua validade jurídica**. Disponível em: <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/contratos-eletr%C3%B4nicos-e-sua-validade-jur%C3%ADdica> > Acesso em 06 jun 2022.

equiparam-se aos contratos por adesão, pois, se o contratante não concorda com as cláusulas impostas, não há como refazê-las no sentido de serem adequadas às suas necessidades”.²⁴

A operacionalização desse tipo de contrato pode ocorrer de forma online ou off-line.

3.2 As formas de pagamento

Estudado as modalidades de contratos eletrônicos, adentramos na conclusão da compra do produto ou serviço, o pagamento. Esse momento específico, requer ao consumidor uma certa atenção, principalmente quanto ao preenchimento de alguns dados pessoais e a escolha da forma de pagamento.

As opções apresentadas pelo fornecedor nos sites de compra, podem ser via boleto bancário, cartão de crédito/débito, transferência entre contas bancárias e até mesmo via PIX, muito usual nos dias atuais admitidos por algumas empresas.

A responsabilidade pela segurança do consumidor no ambiente virtual é cabível ao fornecedor, que deve oferecer ao consumidor a segurança no uso de seus dados pessoais e bancários.

Nas situações em que o consumidor optar pelo pagamento do produto ou serviço mediante boleto bancário, sua compra somente será concluída após a confirmação do pagamento, conforme dispõe Dayane Costa Pereira: “o consumidor optar por pagar o produto ou serviço por meio de boleto bancário a sua compra só será aceita mediante a confirmação do pagamento do boleto no qual o banco leva até três dias úteis depois do recebimento”.²⁵

As compras realizadas por meio do cartão de débito, pix ou transferências bancárias são concluídas imediatamente, uma vez que o valor da compra é transferido ao fornecedor em instantes após a transação realizada pelo consumidor.

Quando se tratar de compras por meio do cartão de crédito, a confirmação da compra no site ocorre automaticamente e o cliente só irá pagar pelo produto/serviço no momento em que sua fatura for emitida, no entanto a simples autorização do banco já permite a conclusão da compra. Sobre essa modalidade de compra, explica Tarcísio Teixeira que “utilizando a forma de pagamento via cartão de crédito

²⁴ LAWAND, Jorge José. op. cit., p. 103.

²⁵ PEREIRA, Dayane Costa. **Direito de Arrependimento nas Compras pela Internet**. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-do-consumidor/direito-de-arrependimento-nas-compras-pela-internet/>.> Acesso em: 25 mar 2022.

acontecerá duas relações uma “entre a administradora do cartão e o cliente e entre a administradora do cartão e o fornecedor”.²⁶

No entanto, independente do meio utilizado para compra, pode ocorrer do consumidor logo após confirmar a compra, se arrepender do pedido realizado, podendo esse arrependimento ocorrer tanto instantes depois da confirmação quanto no momento da entrega do produto. Sobre essa situação específica, iremos abordar no capítulo adiante o que o código de defesa do consumidor e o decreto lei 7962/13 dispõe sobre esse fato, e o que é o direito do arrependimento nas compras realizadas no meio eletrônico.

4 DIREITO AO ARREPENDIMENTO

Conforme citado ao longo desse estudo, o comércio eletrônico (*e-commerce*) vem ganhando cada vez mais espaço no dia-a-dia do consumidor atual. Segundo o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), poucos consumidores sabem que podem desistir da aquisição de produtos e receber o seu dinheiro de volta em compras realizadas na *internet*. Tal situação, é denominada direito de arrependimento, segundo o Código de Defesa do Consumidor que, no entanto, precisa respeitar algumas regras, vejamos:

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.²⁷

Sobre o assunto, comenta Nunes, que “a lei lhe garante 7 dias para refletir, não tem sentido exigir que ele exerça o arrependimento no primeiro dia para buscar

²⁶ TEIXEIRA. Tarcísio. **Comércio eletrônico: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. – São Paulo: Saraiva, 2015.

²⁷ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 01 abr 2022.

garantir que o fornecedor receba o aviso dentro do exíguo prazo. Ele pode exercer no sétimo dia”²⁸.

Vale ressaltar, que tais regras não valem da mesma forma quando se tratar de compras em compras realizadas dentro do estabelecimento comercial. Nessa situação, a devolução do dinheiro somente poderá ser realizada em casos de defeitos não reparados no prazo de 30 (trinta) dias, conforme apontado pelo art. 18, §1º do Código de Defesa do Consumidor.

Assim, nas compras *online*, é possível a aplicação do direito ao arrependimento, levando em consideração o fato do consumidor adquirir o produto indiretamente, fora do estabelecimento, pelo simples fato de se decepcionar com a compra; o que difere da compra feita em loja física, onde o consumidor terá contato direto com a mercadoria.

Diante do exposto, percebe-se que o artigo 49 do CDC, não fixa taxativamente as formas que podem ocorrer às compras realizadas fora do estabelecimento comercial, apenas exemplificando a compra pelo telefone e a domicílio, resultando assim na possibilidade de incluir as negociações digitais.

Sobre o tema, Maria Bernadete Miranda²⁹ expõe que a doutrina apresenta discussões divergentes ao qual o meio digital não representa o estabelecimento comercial do fornecedor, apenas um instrumento de efetivação de negociações consumeristas, o que possibilita a desistência ao consumidor.

Já os Tribunais, vem firmando entendimento unânime sobre a validade do direito de arrependimento do consumidor no negócio jurídico realizado pelo meio eletrônico. Vejamos, o entendimento jurisprudencial:

1. Nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial aplica-se o disposto artigo 49 do CDC, sendo lícito ao consumidor desistir do ajuste, conquanto manifeste sua vontade no prazo de sete dias, a contar da assinatura da avença ou do recebimento do produto. 2. O prazo de reflexão tem a finalidade de garantir um consumo consciente, sopesando o consumidor os prós e os contras, especialmente quando não há a possibilidade de examinar o objeto do negócio jurídico, como ocorre nos contratos celebrados à distância. 3. Direito de arrependimento que no caso foi manifestado por carta, antes do decurso do prazo de sete dias e também antes da entrega do produto. 4. Declaração de cancelamento do contrato, devendo a ré se abster de

²⁸ NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2008. Disponível em: <[R Nunes](#) – 2018 – books.google.com>

²⁹ MIRANDA, Maria Bernadete. **Contratos eletrônicos e o direito de arrependimento**. Disponível em: <http://estadodedireito.com.br/contratos-eletronicos-e-o-direito-de-arrependimento/> > Acesso em 06 jun 2022.

promover a negativação do nome do autor. 5. Inexistência de dano moral, já que não houve sequelas decorrentes da discussão do contrato. 6. Provimento parcial do recurso. (Apelação nº- 0021044-66.2007.8.19.0021-Data do Julgamento- Desembargado- Elton Martinez Carvalho Leme- Decima Sétima Câmara Cível).³⁰

Assim, conforme apontado na decisão supramencionada, existe a possibilidade da aplicação do direito de arrependimento nos contratos à distância, desde que seja comprovada a desistência do consumidor, restando claro que o tribunal pode admitir a negociação eletrônica em compra realizada fora do estabelecimento comercial.

Assim sendo, como a lei não aborda o motivo específico da desistência, o comprador pode desistir por qualquer motivo, devendo vendedor realizar a imediata devolução do valor pago monetariamente corrigido.

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios, nos autos do processo 0002317-28.2012.8.07.0018, apontou que “o arrependimento não se traduz em prerrogativa a assegurar o distrato imotivado do contrato, mas o direito de o consumidor arrepender-se quando adquire bem ou serviço em situação que não lhe permitira aferir com precisão e exatidão o que adquirira”.³¹

No entanto, o “direito do arrependimento” está condicionado a devolução do produto que não lhe serve para o uso ao qual imaginou, para que, dessa forma, seja evitado o locupletamento ilícito por parte do consumidor, que teria o seu dinheiro restituído e ainda ficaria com o bem adquirido, ainda que o bem não lhe servisse.

O Decreto 7962/13 dispõe sobre os direitos do consumidor para compras na internet, vejamos:

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;
- III – respeito ao direito de arrependimento.³²

³⁰ MIRANDA, Maria Bernadete. **Contratos eletrônicos e o direito de arrependimento**. Disponível em: <http://estadodedireito.com.br/contratos-eletronicos-e-o-direito-de-arrependimento/> > Acesso em 06 jun 2022.

³¹ TJ-DFT. 0002317-28.2012.8.07.0018. 1ª Turma Cível. Relator: Teófilo Caetano. 05/05/2014.

³² BRASIL. **Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013**. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em 02 abr 2022.

Em síntese, o direito de arrependimento é o meio pelo qual o consumidor pode diminuir o prejuízo decorrente da compra, não sendo necessário justificar os motivos da desistência, bastando apenas que cumpra o prazo estabelecido em lei.

Vale ressaltar, que o direito de arrependimento é a proteção do consumidor diante de sua vulnerabilidade no ato de consumo. Assim, a interpretação evolutiva do instituto às novas realidades do direito cibernético deve atentar-se ao ato de consumo, verificando se a compra foi realizada em loja física ou virtual e se há vulnerabilidade do consumidor.

Em caso negativo, configura-se o exercício abusivo do direito de arrependimento, violando a função social dos contratos e a boa fé objetiva, conforme dispõe o art. 4º, inciso III do CDC e arts. 113, 187, 421 e 422 do CC/02.

4.1 Prazo de reflexão

O consumidor, quando adquire um produto ou serviço através da Internet, não tem oportunidade de realizar a análise adequada do que está sendo comprado, assim não sendo possível averiguar se o que está adquirindo realmente irá corresponder ao que necessita e deseja.

Nesse sentido, aponta Leal:

“Nos contratos eletrônicos realizados via Internet, com oferta permanente em um site ou loja virtual, o consumidor não mantém contato físico direto com o ofertante, nem com o serviço ou produto objeto da contratação, que não pode ser tocado ou examinado, pessoalmente, o que aumenta os riscos de insatisfação com o negócio.

A contratação pela Internet é fruto da contratação em massa e se impõe ostensivamente ao consumidor, influenciando a sua manifestação de vontade. Os sites são organizados de forma à indução ao consumo, com preços e facilidade cada vez mais atraentes”.³³

Dessa forma, o legislador busca resguardar o consumidor, trazendo um prazo de reflexão para se arrepender da compra, uma vez que o consumidor pode ser induzido ao erro pelo fornecedor, por meio do computador, fazendo com que crie expectativas equivocadas acerca do produto adquirido.

Nesse sentido, dispõe o artigo 4º, inciso III, do CDC:

Art. 4º – A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua

³³ LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos: Validade Jurídica dos Contratos via Internet**. 1ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007, p.107.

dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo atendidos os seguintes princípios:

III – Harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170 da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.”³⁴

O prazo de reflexão abarcado pelo ordenamento jurídico, conforme já mencionado, encontra-se disposto no art. 49 do CDC, que estabelece o direito de arrependimento no prazo de 7(sete) dias para compras de produtos e/ou serviços realizados *fora* do estabelecimento comercial.

A contagem do prazo de reflexão pode ocorrer inicialmente no momento em que a aceitação é expedida (teoria da expedição), no momento da aceitação do consumidor ao ofertante virtual (teoria da recepção), ou no momento que o consumidor recebe o produto ou o serviço.

No entanto, aponta Leal³⁵ que o mais favorável ao consumidor, seria a contagem do prazo do arrependimento a partir da data do recebimento do produto ou serviço.

Vale apontar que o projeto de lei nº. 371/99, já aprovado pela Comissão de Defesa do Consumidor, tramita pelo Congresso Nacional alterando o artigo 49 do CDC, aumentando o “prazo de reflexão” e, especificamente quanto as hipóteses legais de contrato celebrado fora do estabelecimento comercial permitindo ao consumidor o exercício do direito de arrependimento.

4.2 Devolução dos valores pagos

Ao consumidor, no exercício do direito ao arrependimento dentro do prazo de reflexão, é possível a restituição dos valores pagos, corrigidos monetariamente, ficando o fornecedor com as despesas relativas a frete em razão da teoria do risco.

Assim dispõe a jurisprudência:

“Direito do consumidor e processual civil – ação monitória – embargos – contrato de venda de produto por telefone e fax – pagamento parcial –

³⁴ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 01 abr 2022.

³⁵ LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos: Validade Jurídica dos Contratos via Internet**. 1ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007, p.107.

arrependimento – cobrança do valor total – devolução – alegação de produto especial – recurso improviso – sentença mantida – Na compra e venda por telefone e fax, tem o consumidor o direito de arrependimento assegurado pelo art. 49 do CDC, bem como de ver devolvidas as importâncias antecipadas, a qualquer título, notadamente se ainda não recebeu o produto negociado. A alegação de produto especial ou feito sob encomenda não serve para desnaturar a relação de consumo e suplantam o direito de arrependimento, até porque tais circunstâncias não descaracterizam a relação de consumo que marcou a transação, não passando de risco próprio e natural da atividade mercantil do ramo de negócio abraçado livremente pela apelante.” (TJMT – AC 24.068 – CLASSE II – 23 – POCONÉ – 3ª C.CÍV. – REL. DES. JOSÉ FERREIRA LEITE – Data do Julgamento: 28.06.2000).³⁶

A doutrina reforça a teoria do risco abarcada pelo fornecedor. Nesse sentido expõe Rizzatto Nunes:

Como o risco do empreendimento é do fornecedor, que vende e entrega o produto ou serviço com a possibilidade legal da devolução, e como o efeito da desistência é ex tunc, toda e qualquer despesa necessária à devolução do produto ou serviço é de responsabilidade do vendedor, inclusive transporte, caso seja preciso.³⁷

E por fim, aponta no parágrafo único do art. 49 do CDC que a restituição dos valores pagos deve ser realizada de forma imediata, não podendo o fornecedor definir prazo ao consumidor para restituição dos valores.

O art. 51, II do CDC dispõe que:

“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.”³⁸

Entretanto, se houver no contrato cláusula afastando a aplicação do direito de arrependimento, deve ser esta considerada como não escrita.

4.3 Atualizações legais acerca do Direito ao arrependimento

Existem alguns projetos de lei em andamento no Senado Federal com o objetivo de adaptar a Lei 8.078/90 (CDC) ao comércio eletrônico. Analisaremos o

³⁶ EQUIPE ÂMBITO JURÍDICO. **O direito de arrependimento nos contratos eletrônicos.** Disponível em: https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-77/o-direito-de-arrependimento-nos-contratos-eletronicos/#_ftnref25 > Acesso em: 07 jun 2022.

³⁷ NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor: com exercícios.** 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 650

³⁸ BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 01 abr 2022.

Projeto de Lei do Senado de número 281 de 2012 (CT - Modernização do Código de Defesa do Consumidor - PLS 281, 282 e 283/2012 (Art. 374-RISF)).

Na discussão do projeto, foi realizada a emenda 25, defendida pelo senador Antônio Carlos Rodrigues, que dispõe que a aplicação irrestrita do direito ao arrependimento ao comércio eletrônico deveria ser deixada *“à jurisprudência e às práticas comerciais hoje possíveis de limite temporal e de vezes de utilização destes produtos e serviços, para que façam a adaptação desse direito de arrependimento à realidade brasileira”*.

A emenda 26, também abordada pelo senador Antônio Carlos Rodrigues, foi parcialmente acolhida quanto a limitação ao direito de arrependimento em bilhetes aéreos.

Encontra-se tramitação na Câmara dos deputados, indicado Projeto de Lei nº. 371/99 do Senado, que visa ampliar os apontamentos do artigo 49 do CDC, aumentando o prazo de reflexão e exercício do direito ao arrependimento de 7 (sete) para 14 (quatorze) dias, contados da compra ou recebimento do produto, o fato que ocorrer por último. Além disso, o projeto de lei busca ampliar o direito do consumidor que poderá adquirir o produto na loja, sem o acesso físico ao produto. Nesse sentido, o legislador reconhece que não é possível aplicar o direito de arrependimento a todos os casos de comércio eletrônico.

O art. 49 do CDC, nos traz um entendimento presumido de que o simples fato de o consumidor não ter o contato com o produto/serviço contratado, é induzido por meio de um marketing abusivo do fornecedor a realizar a compra. No entanto, o consumidor tem a sua disposição toda ferramenta de pesquisa sobre qualidades de preços de produtos e serviços. Ou seja, o consumidor está na mesma situação de quem procura por uma loja física, portando das mesmas informações essenciais. Dessa forma, traz-se a discussão de situações em que podem ocorrer a não aplicação do direito ao arrependimento, diante da não vulnerabilidade do consumidor, devendo ser garantido ao consumidor o direito de reflexão apenas em hipóteses para assegurar ao consumidor a contratação consciente.

5) CONSIDERAÇÕES FINAIS.

A presente pesquisa buscou aprofundar os estudos na modalidade do Comércio Eletrônico, na perspectiva do Direito do Consumidor, trazendo maiores informações acerca do direito de arrependimento nas compras *online*, tendo como os dispositivos norteadores o artigo 49 da Lei 8.078/90 e o artigo 5º do Decreto Federal 7.962/13.

Discorreu sobre a situação de que o direito ao arrependimento é válido somente nas compras realizadas fora do estabelecimento comercial, ou seja, não importa se o meio utilizado para realização da compra foi o celular ou computador; o importante é que o consumidor não tenha acesso ao produto físico, no ato da compra, não sendo necessário o seu deslocamento até o estabelecimento.

Observou-se, que por meio do direito ao arrependimento, o consumidor pode desistir da compra sem um motivo justificado, desde que obedecido o prazo elencado no CDC, devendo ser restituído do valor do produto de forma imediata, com correção monetária, sendo as despesas e custas decorrentes da devolução, de responsabilidade do fornecedor.

Assim, percebe-se que a proteção dos consumidores mediante a celebração de contratos eletrônicos visa diminuir os principais riscos decorrentes de sua própria natureza, criando condições necessárias para a existência de confiança e segurança jurídica nas contratações realizadas pelos consumidores através dos meios virtuais.

E, por fim, percebe-se que ainda há muito a ser discutido sobre o tema, uma vez que a tendência é que o *e-commerce* cresça cada vez. Embora, até então se defendia que era possível a aplicação do direito ao arrependimento em todas as compras virtuais, já vem sendo levantadas situações em que não há vulnerabilidade do consumidor e, assim, não sendo aplicável tal instituto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

Advocacia Rodella. **Compras Online: Conheça o direito de arrependimento previsto no Código de Defesa do Consumidor.** Disponível em:

<https://advocaciарodella.com.br/blog-juridico/compras-online-conheca-o-direito-de-arrependimento-previsto-no-codigo-de-defesa-do-consumidor/> .> Acesso em 01 abr 2022.

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

BOIAGO JÚNIOR, José Wilson. **Contratação Eletrônica – Aspectos Jurídicos**. Curitiba: Juruá, 2005.

BRANCHER, Paulo Marcos Rodrigues. **Contrato eletrônico**. Disponível em:

<https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/259/edicao-1/contrato-eletronico#:~:text=1.->

[.Conceito,da%20intercomunica%C3%A7%C3%A3o%20entre%20sistemas%20inform%C3%A1ticos](#). > Acesso em: 08 mai 2022.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 01 abr 2022.

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

Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em 02 abr 2022.

BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor.

Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 01 abr 2022.

BRASIL. **Lei 8.072, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumido Superior Tribunal de Justiça. **Consumidor que compra pela internet tem**

assegurado o direito de se arrepender. Disponível em:

<https://stj.jusbrasil.com.br/noticias/185091718/consumidor-que-compra-pela-internet-tem-assegurado-o-direito-de-se-arrepender>.> Acesso em 25 mar 2022.

CAPUTTI, Felipe. **Nem toda compra pela internet está sujeita ao direito de**

arrependimento. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-fev-21/direito-arrependimento-nao-vale-toda-compra-internet> .> Acesso em: 02 abr 2022.

COELHO, Fábio Ulha – Manual de Direito Comercial – Direito de Empresa – Editora Saraiva, 2007, 18ª Edição.

DAU, Gabriel. **Como o direito de arrependimento é aplicado nas compras on-**

line. Disponível em: <https://jornalcontabil.com.br/como-o-direito-de-arrependimento-e-aplicado-nas-compras-on-line/>. > Acesso em: 03 mar 2022.

EQUIPE ÂMBITO JURÍDICO. **O direito de arrependimento nos contratos eletrônicos**. Disponível em: https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-77/o-direito-de-arrependimento-nos-contratos-eletronicos/#_ftnref25 > Acesso em: 07 jun 2022.

GRAU, Eros Roberto. A Ordem Econômica na Constituição de 1988, 4ª ed., São Paulo: 1988.

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

LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos: Validade Jurídica dos Contratos via Internet**. 1ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007, p.107.

MARINS, James. **Responsabilidade da Empresa pelo Fato do Produto: os acidentes de consumo do Código de Proteção ao Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 1993, pag. 113.

MARTINS, Eliane M. Octaviano. *Apud* SIMÕES, Alexandre Gazetta. **Apontamentos sobre a caracterização da relação de consumo** . Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-92/apontamentos-sobre-a-caracterizacao-da-relacao-de-consumo/> > acesso em 09 mar 2022.

MIRANDA, Janete. **Contratos Eletrônicos - princípios, condições e validade**. Disponível em: <https://jan75.jusbrasil.com.br/artigos/149340567/contratos-eletronicos-principios-condicoes-e-validade#:~:text=Conceito%20de%20Contrato%20Eletr%C3%B4nico,se%20por%20meio%20da%20interatividade>. > Acesso em 08 mai 2022.

MIRANDA, Maria Bernadete. **Contratos eletrônicos e o direito de arrependimento**. Disponível em: <http://estadodedireito.com.br/contratos-eletronicos-e-o-direito-de-arrependimento/> > Acesso em 06 jun 2022.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor: com exercícios**. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

PEREIRA, Dayane Costa. **Direito de Arrependimento nas Compras pela Internet**. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-do-consumidor/direito-de-arrependimento-nas-compras-pela-internet/>.> Acesso em: 25 mar 2022.

RODRIGUES, Marcel André. **A responsabilidade civil e o Código de Defesa do Consumidor** . Disponível em:

<https://marcelandre.jusbrasil.com.br/artigos/126510917/a-responsabilidade-civil-e-o-codigo-de-defesa-do-consumidor> > Acesso em 04 jun 2022.

ROSSI, Mariza Delapieve. **Aspectos legais do comércio eletrônico: contratos de adesão**. Anais do 19º seminário nacional de propriedade intelectual da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual. São Paulo, 1999.

SANTE, Paulo Henrique Vieira. **Contratos eletrônicos e sua validade jurídica**.

Disponível em: <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/contratos-eletr%C3%B4nicos-e-sua-validade-jur%C3%ADica> > Acesso em 06 jun 2022.

TEIXEIRA. Tarcísio. **Comércio eletrônico: conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil**. – São Paulo: Saraiva, 2015.

TJDFT. **Direito ao arrependimento de compra**. Disponível em:

<https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/direito-facil/edicao-semanal/direito-ao-arrependimento-de-compra> .> Acesso em: 08 mar 2022.

TJDFT. **Fato do produto ou do serviço**. Disponível em:

<https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/responsabilidade-civil-no-cdc/fato-do-produto-e-do-servico#:~:text=Na%20responsabilidade%20pelo%20fato%20do,de%20repara%C3%A7%C3%A3o%20independentemente%20de%20culpa> . > Acesso em 05 jun 2022.

TJDFT. **Opções para o consumidor em caso de vício não sanado**. Disponível em: [https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/responsabilidade-civil-no-cdc/opcoes-para-o-consumidor-em-caso-de-vicio-nao-](https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/responsabilidade-civil-no-cdc/opcoes-para-o-consumidor-em-caso-de-vicio-nao-sanado#:~:text=18%C2%A7%201%C2%BA%20do%20CDC,pre%C3%A7o%20ou%20pelo%20abatimento%20proporcional)

[sanado#:~:text=18%C2%A7%201%C2%BA%20do%20CDC,pre%C3%A7o%20ou%20pelo%20abatimento%20proporcional](https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/responsabilidade-civil-no-cdc/opcoes-para-o-consumidor-em-caso-de-vicio-nao-sanado#:~:text=18%C2%A7%201%C2%BA%20do%20CDC,pre%C3%A7o%20ou%20pelo%20abatimento%20proporcional) . > Acesso em 05 jun 2022.

TJ-DFT. 0002317-28.2012.8.07.0018. 1ª Turma Cível. Relator: Teófilo Caetano. 20/05/2022.