

# LIMITES DA APLICABILIDADE DO ARTIGO 49 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Andressa Janhsen Gonçalves de Carvalho<sup>1</sup>

Andréa Queiroz Fabri<sup>2</sup>

## RESUMO

O Código de Defesa do Consumidor trata do direito de arrependimento em seu artigo 49, a ser exercido no prazo de sete dias a partir da assinatura do contrato ou da sua celebração, para compras, em suma maioria, realizadas fora do estabelecimento comercial. Tal direito é de grande relevância social e sua atualização garante uma correta aplicabilidade dentro dos limites trazidos pelas relações sociais. A presente pesquisa, tem como abordagem metodológica o método qualitativo, possui natureza de discussão teórica e o objetivo voltado a ser explicativa e descritiva. As alterações através do PLS 201/2012, bem como os demais entendimentos acerca das limitações da aplicabilidade do artigo 49, geram demasiados posicionamentos doutrinários tratados no decorrer do trabalho. Contribuindo ao cenário jurídico, principalmente no âmbito consumerista delimitará conceitos pertinentes ao ramo, tratando dos direitos dos consumidores, da aplicabilidade do artigo, de suas alterações e a relevância destas ao Estado Democrático de Direito.

**Palavras-chave:** Limites. Alterações. Direito de arrependimento. Doutrina. Jurisprudência.

## APPLICABILITY LIMITS OF THE ARTICLE 49 OF THE CONSUMER DEFENSE CODE

### ABSTRACT

The Consumer Defense Code deals with the right of repentance in its article 49, to be exercised within seven days from the contract signing or its conclusion, for purchases, in short, made outside the commercial establishment. Such right has great social relevance and its updating guarantees correct applicability within the limits brought by social relations. This research has a qualitative method as its methodological approach, has a theoretical discussion nature and the objective is aimed at being explanatory and descriptive. The changes through PLS 201/2012, as well as other knowledge about the limitations of the applicability of article 49, generate too many doctrinal positions treated at work. Contributing to the legal scenario, especially in the consumer sphere, it will delimit relevant concepts to the industry, dealing with consumer rights, the applicability of the article, its changes and the relevance of these to the Democratic Rule of Law.

**Keywords:** Limits. Changes. Right of repentance. Doctrine. Jurisprudence.

---

<sup>1</sup> Acadêmica da 10ª etapa do curso de Direito da Universidade de Uberaba. Email: [andressajanhsen04@hotmail.com](mailto:andressajanhsen04@hotmail.com)

<sup>2</sup> Professora orientadora. Mestre e Doutora em Direito. Email: [andrea.fabri@uniube.br](mailto:andrea.fabri@uniube.br)

## 1 INTRODUÇÃO

Em linhas gerais, a Lei Federal 8.078/90, conhecida popularmente como Código de Defesa do Consumidor, surgiu a partir da necessária efetividade da proteção do consumidor no mercado de consumo. Considerado a parte vulnerável dessa relação jurídica, para o consumidor, se tornou necessária a existência de uma legislação específica a fim de resguardar o seu direito.

Antes mesmo da promulgação da Lei Federal 8.078/90, a defesa do consumidor já aparecia em literaturas, mesmo que implicitamente, como na Lei da Ação Civil Pública (Lei 7.347/85).

A partir da promulgação da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, a defesa do consumidor encontrou suporte em seu artigo 5º, inciso XXXII, bem como, foi explicitada como um dos princípios da ordem econômica conforme artigo 170, inciso V da CRFB.

Por ser uma lei de natureza principiológica, com o cunho de equilibrar a relação contratual consumerista, a Lei Federal 8.078/90, caracteriza-se como um sistema de cláusulas abertas, onde determinados dispositivos apresentam rol meramente exemplificativo, que dá margem para interpretação de suas disposições no curso de uma demanda consumerista.

Dentre os direitos garantidos pelo CDC, é passível de destaque aquele apresentado no artigo 49. O artigo 49 deste diploma legal trata do que, comumente, usou se chamar de Direito de Arrependimento.

O Direito de Arrependimento garante que todo consumidor pode arrepender-se de compras realizadas fora do estabelecimento comercial, no prazo de 7 (sete) dias, a contar da assinatura do contrato ou do recebimento do produto ou serviço. Restando garantido ao consumidor ainda, a restituição de qualquer valor eventualmente pago, a qualquer título, durante o prazo utilizado para reflexão.

Entretanto, partindo deste pressuposto, mesmo que todo consumidor tenha garantido o direito ao arrependimento, existem alguns limites que merecem atenção, e esses limites que serão tratados no presente trabalho, visto a existência de diferentes interpretações acerca do assunto e a existência de projetos de lei que visam modifica-lo, o que também fará parte da argumentação.

As normas de defesa do consumidor têm recebido maior atenção com o passar dos anos, talvez seja esta a razão do aumento das discussões quanto à interpretação de seus dispositivos.

Assim sendo, o direito de arrependimento possui algumas colocações passíveis de interpretação, tais como as que já foram expressas pelos Tribunais Superiores de que o consumidor pode exercer o direito de arrependimento ao contratar o empréstimo bancário fora das instalações do banco (Súmula 297 STJ - Precedentes: REsp nº 106.888-PR, 2ª Seção, DJ de 5/8/02; REsp nº 298.369-RS, 3ª Turma, DJ de 25/8/03, e REsp nº 57.974-RS, 4ª Turma, DJ de 29/5/95); bem como ser de responsabilidade do fornecedor arcar com os custos de entrega e devolução do produto em caso de arrependimento (REsp 1.340.604).

Entretanto, o presente trabalho visa discutir as limitações da aplicabilidade do artigo 49 do diploma consumerista no âmbito da natureza do produto ou do serviço adquirido, bem como explicar os critérios de alteração do CDC frente ao artigo 49, que pode vir a ser realizada através da PL 281/2012 e do PL 1.179/20, que já aprovado, transformou-se em lei (Lei 14.010 de 10 de junho de 2020).

Da análise desta aplicabilidade, urge trazer à tona, a existência de dois tipos de interpretações usadas para entendimento do dispositivo: a interpretação literal que aduz que o exercício do direito ao arrependimento seria sempre possível independentemente da natureza do produto; e de outro lado, têm-se a interpretação teleológica, sugerindo a aplicação mais amena, calcando-se na subjetividade de cada caso para aplicação ou não desse direito.

Buscar a aplicabilidade absoluta do direito de arrependimento, sem levar em consideração sua inadequação em determinadas relações de consumo, frente à natureza dos produtos ou serviços ou das circunstâncias de contratação e de utilização, pode levar a graves distorções e possibilitar a prática de abusos.

## **2 O CONSUMIDOR E SEUS DIREITOS**

Para uma análise aprofundada da temática, cumpre esclarecer o que se considera “consumidor” para aplicação da Lei 8.078/90. A definição se encontra no art. 2º, *caput* e parágrafo único do Código de Defesa do Consumidor, conhecido pelas iniciais CDC. Considera-se consumidor toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Ainda, o parágrafo único explicita o conceito de consumidor por equiparação, que vem a ser a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo, sendo esta também resguardada pela lei.

O direito do consumidor como um todo, caracteriza-se no ordenamento jurídico brasileiro como um microssistema normativo, recheado de princípios, especialmente os

constantes na Constituição Federal. Apesar de não ser o único dentre os microssistemas normativos em vigor, nenhum alcançou tamanho destaque quanto o CDC, seja pelas características ou sua aplicabilidade nas relações jurídicas de consumo.

Instituído a partir da determinação do artigo 48 das Disposições Finais e Transitórias da Constituição Federal de 1988, o CDC, nas palavras de Flávio Tartuce (2018, p.4) “trata-se de uma norma adaptada à realidade contemporânea da pós-modernidade jurídica”, o que demonstra ser voltada para o redirecionamento das antigas construções jurídicas, visando a remodelação do direito para uma análise de realidades antes não abarcadas pelas razões jurídicas impostas.

Da necessidade da proteção do consumidor veio uma garantia fundamental, presente no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal, pois, como bem explicitado por Bruno Miragem (2016, p.59) “o direito do consumidor se compõe, antes de tudo, em direito à proteção do Estado contra a intervenção de terceiros, de modo que a qualidade de consumidor lhe atribui determinados direitos oponíveis”.

Por ser uma lei naturalmente principiológica, como já exposto, dentre os vários princípios compositores, pode-se destacar os principais: a vulnerabilidade do consumidor, sua hipossuficiência, a boa-fé objetiva, a transparência e a confiança, a função social do contrato, a equivalência negocial e a reparação integral dos danos. Todos, presentes no CDC de forma explícita.

Sobre a vulnerabilidade do consumidor e sua posição desfavorável na sociedade de consumo, bem comenta Carlos Alberto Bittar (2002, p.2):

Essas desigualdades não encontram, nos sistemas jurídicos oriundos do liberalismo, resposta eficiente para a solução de problemas que decorrem da crise de relacionamento e de lesionamentos vários que sofrem os consumidores, pois os Códigos se estruturam com base em uma noção de paridade entre as partes, de cunho abstrato.

Dentre os demais princípios, daqueles mais importantes ao tema abordado, é o princípio da boa-fé objetiva. Exposto no artigo 4º, inciso III do CDC, consta na Política Nacional das Relações de Consumo para harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, viabilizando os princípios os quais se fundam a ordem econômica. O conceito de boa-fé explicitado no Código do Consumidor enraizou a presença do instituto no Código Civil de 2002, sendo necessária a junção de conceituação

entre os institutos presentes nos dois diplomas legais, para uma completa congruência do que entende-se por boa-fé objetiva.

Uma das salvaguardas apresentadas pelo CDC, de grande valia para a proteção do vulnerável negocial, é de que as regras trazidas pela lei (8.078/90) não podem ser afastadas por convenção entre as partes, sob pena de nulidade absoluta do negócio, como bem trata o artigo 51, inciso XV do diploma acima mencionado.

Sob essa mesma ótica, é de suma importância mencionar a necessária intervenção do Ministério Público nas causas consumeristas, como bem o legitima o artigo 1º da Lei de Ação Civil Pública (Lei 7.347/85), visto se tratar de interesse coletivo que abarca danos morais ou materiais aos consumidores.

Ainda, como meio de resguardar a proteção do consumidor, toda norma de proteção presente no CDC deve ser reconhecida e arguida de ofício pelo juiz, como em caso de nulidade por eventual cláusula abusiva. Nesse contexto, urge apresentar uma exceção a essa regra, de que trata a Súmula 381 do Superior Tribunal de Justiça, segundo a qual é vedado ao julgador conhecer de ofício das abusividades das cláusulas contratuais nos contratos bancários.

Um dos temas de suma importância ligado aos direitos do consumidor, é o direito ao arrependimento, a ser tratado no tópico seguinte. Onde nesse momento cabe consignar que trata-se de causa de extinção contratual. Preenchidos os requisitos, pode ser exercido pelo consumidor a fim de ver garantido o direito e a proteção legal. Conforme preceitua Fabrício Germano Alves e Halissa Reis:

[...] possui uma natureza jurídica *sui generis*, uma vez que se aproxima de uma forma de rescisão unilateral, mas que por outro lado segue o regime da resolução contratual. Deste modo, pode-se afirmar que em relação ao exercício consiste em uma rescisão e à consequência, em uma resolução. (2017, p.27)

Como proteção geral ao consumidor, as medidas supramencionadas serviram para trazer força a aplicabilidade da Lei 8078/90, não sendo menos importantes as garantias em forma de normas trazidas internamente em seus artigos.

### **3 ARREPENDIMENTO NO ÂMBITO CONSUMERISTA**

De acordo com o dicionário online de português (<https://www.dicio.com.br/arrependimento/>), arrependimento é: “substantivo masculino, ação

ou efeito de arrepende-se. Remorso ou mágoa por se ter cometido um mal. Ação de mudar de opinião ou de comportamento em relação ao que já aconteceu”. Já em cenário jurídico, como um todo, é a capacidade das partes contratantes em anularem o negócio jurídico já celebrado.

O direito de arrependimento é um direito do consumidor, previsto no artigo 49 da Lei 8.078/90, nos seguintes termos:

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.

Bruno Miragem assim disserta sobre direito de arrependimento (2016, p. 416):

Este direito de arrependimento ou desistência tem natureza de direito formativo extintivo do contrato, uma nova espécie de direito de resolução contratual, cuja eficácia depende exclusivamente de seu exercício por parte do consumidor.

Para uma correta interpretação do presente dispositivo legal, cumpre destacar um pressuposto básico para a existência e eficácia deste direito, qual seja o de que a compra dever, obrigatoriamente, ser realizada fora do estabelecimento comercial, como a própria norma exemplifica, por telefone ou a domicílio. Além dos exemplos já citados, atualmente, podem-se acrescentar as contratações celebradas via internet e aquelas realizadas em via pública, pela abordagem direta de vendedores ao consumidor.

Vale elucidar que o Decreto 7.962 de 15 de março de 2013, em seu artigo 5º e parágrafos, foi responsável por regulamentar a possibilidade de exercício do direito de arrependimento no comércio eletrônico, explicitando que é dever do fornecedor informar de forma clara e ostensiva os meios adequados e eficazes pelos quais o consumidor poderá exercer o direito de arrependimento.

O surgimento da presente norma remonta à necessidade de proteção do consumidor perante o mercado de consumo em relação às técnicas de pressão exercidas pelos fornecedores, para realização de contratos, contra o despreparo ou a falta de prevenção para a compra de produtos e aquisição de serviços por parte dos consumidores.

Para Bruno Miragem (2016, p.416), a interpretação da expressão “fora do estabelecimento comercial” deve ser alargada para situações as quais, mesmo realizadas dentro do estabelecimento comercial, o modo de contratação indica uma estratégia do fornecedor visando descaracterizar tal circunstância.

Tal descaracterização poderia ser observada pelas vendas “Time-sharing” em que o consumidor é convidado para uma festa no estabelecimento do fornecedor, recebe veiculação de mídia e fortes táticas de abordagens pelo fornecedor para compra de produtos, coibindo a racionalidade do consumidor frente a celebração do contrato. Da mesma forma ocorre com as vendas a domicílio, que suprimem do consumidor a capacidade de observar com clareza e calma a conveniência e oportunidade do negócio jurídico que virá a ser celebrado, deixando claramente exposta a tão mencionada vulnerabilidade do consumidor.

Nessa toada, Rizatto Nunes (2017, p.727) esclarece:

A ideia de um prazo de reflexão pressupõe o fato de que, como a aquisição não partiu de uma decisão ativa e plena, do consumidor, e também, como este ainda não “tocou” concretamente o produto ou testou o serviço, pode querer desistir do negócio depois que o avaliou melhor. Ou, em outros termos, a lei dá oportunidade para que o consumidor, uma vez tendo recebido o produto ou testado o serviço, possa, no prazo de 7 dias, desistir da aquisição feita.

Ao estabelecer o prazo reflexivo de 7 dias, a lei não impede que fornecedores concedam um prazo maior para a concretização do arrependimento, visto tratar somente de um limite mínimo. E ainda que, para o exercício do direito apresentado, não se exige do consumidor qualquer justificativa, bastando sua manifestação objetiva de vontade.

A contagem do prazo de arrependimento é feita a partir da data da assinatura do contrato ou do recebimento do produto ou serviço, sendo indiferente para tal a forma de pagamento utilizada para aquisição.

O parágrafo único do artigo 49 estabelece que, praticado o direito de arrependimento, o consumidor terá direito à devolução dos valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, de imediato e monetariamente atualizados. Isso faz com que as partes retornem ao *status quo ante*, cumprindo esclarecer que o produto a ser devolvido pelo consumidor, praticado o direito de arrependimento, deve poder ser novamente utilizado pelo fornecedor em futuras vendas.

Nas palavras de Leonardo de Medeiros Garcia:

Exercido o direito de arrependimento, o consumidor deverá receber de forma imediata a quantia paga, monetariamente atualizada, voltando ao *status quo ante*. Assim, todo e qualquer custo despendido pelo consumidor deverá ser ressarcido, como o valor das parcelas pagas, além de outros custos, como os de transporte, por exemplo. Além disso, a norma autoriza que a restituição seja feita de forma imediata, ou seja, o fornecedor não poderá impor prazo ao consumidor para que restitua os valores. (2016, p.364)

É pacificado perante os tribunais, a possibilidade de garantir a aplicabilidade do risco do empreendimento ao fornecedor, o entendimento de que os valores de todas as despesas com o serviço postal para a devolução do produto, exercido o direito de arrependimento, é uma quantia que não pode ser repassada ao consumidor, conforme a ementa do julgado abaixo transcrito.

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. (STJ - REsp: 1340604 RJ 2012/0141690-8, Relator: Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, Data de Julgamento: 15/08/2013, 2ª turma, Data de Publicação: DJe 22/08/2013)

Ainda sobre a aplicação do artigo 49, um entendimento de Rizzato Nunes chama a atenção quanto à aplicação do instituto na compra de imóveis (2017, p. 731):

Tem-se entendido de maneira equivocada, que o artigo 49 não tem aplicação na aquisição de imóvel, sob o argumento de que a compra e venda de imóvel é celebrada, de regra, no recinto do Cartório de Notas, na presença do oficial. Em primeiro lugar, não existe nenhum impedimento legal para que um imóvel seja vendido no televentas da TV e adquirido por telefone – sendo que a escritura será feita *a posteriori* -, bem como, conforme comentamos, a norma contida no art. 49 prevê a hipótese



expressamente. Fala: “a contar da assinatura do contrato. Quem afirma que a regra do artigo 49 não se aplica a imóveis esquece-se de observar o mercado de consumo contemporâneo.

Uma última jurisprudência importante ao tema trata do arrependimento quanto ao cancelamento de contratos de financiamento bancário. O Superior Tribunal de Justiça entende que é facultado ao consumidor desistir do contrato no prazo de sete dias contados da assinatura do contrato, conforme menciona o próprio artigo 49 da Lei 8.078/90.

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. (STJ - REsp: 930351 SP 2007/0045219-3, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 27/10/2009, 3ª turma, Data de Publicação: DJe 16/11/2009)

É de suma importância mencionar que é nula de pleno direito a cláusula que visa retirar do consumidor tanto a prática do arrependimento, prevista no artigo 49 do CDC, por ser tratar de direito irrenunciável, quanto aquela que, porventura, tentar subtrair do consumidor o direito ao reembolso da quantia paga, conforme garante o artigo 51, inciso II, da referida lei. Também é nula a cláusula que visa a imposição de multa para garantir a conclusão do negócio jurídico, pois o consumidor é livre na prática do seu direito potestativo de arrependimento.

Diante dessas colocações, tratar-se-á no tópico seguinte das alterações previstas para o artigo supramencionado referente ao Projeto de Lei 281/2012, que deu visibilidade à discussão ocorrida e mencionou alterações de grande relevância nessa ótica.

## 4 ALTERAÇÕES NO INSTITUTO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO

Pela sua relevância social, o direito de arrependimento, assim entendido como um direito potestativo a ser exercido pelo consumidor, não tem tantas limitações, portanto, o art. 49 do CDC, juntamente com o art. 187 do Código Civil e o princípio da boa-fé, são as principais limitações atuais que o direito de arrependimento possui.

Entretanto, mesmo por isso e dada sua importância, são visadas alterações neste ramo, como se pode notar a seguir.

### 4.1 PROJETO DE LEI 281/2012

O direito de arrependimento, tratado no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, é de suma relevância social e por essa razão torna-se alvo de importantes debates e alterações estruturais, principalmente pelo projeto de lei do Senado Federal nº 281, do ano de 2012.

O presente projeto de lei é de autoria do ex-senador José Sarney e já foi votado pelo Senado Federal, seguindo à Câmara dos Deputados para análise e votação no ano de 2015. Visa a atualização do Código de Defesa do Consumidor para as práticas comerciais atuais, sem que perda a essência deste diploma legal, ou seja, a proteção do consumidor.

Desta feita, o projeto de lei ainda visou outras projeções para a norma em questão, tendo, inclusive, buscado a ampliação das situações aplicáveis ao dispositivo. No ano de 2012 não se tinha tantas vendas pela Internet ou outros meios de comunicação, devendo, portanto, tais situações serem incluídas na literalidade da norma, como entende a maioria da doutrina. Nesses termos, Nelson Nery Jr. e Rosa Maria de Andrade Nery (*apud* FLÁVIO TARTUCE, 2018, p. 353) afirmam que:

O CDC enumerou de maneira exemplificativa, as formas de contratação fora do estabelecimento comercial: por telefone e a domicílio. O caráter de *numerus apertus* desse elenco é dado pelo advérbio “especialmente” constante na norma.

Não se pode deixar de consagrar nesse caso, com respeito à gênese do Direito, a corrente minoritária de posicionamento distinto de Nelson Nery Jr. e Rosa Maria de Andrade Nery, descrita nas palavras de Alexandre Junqueira Gomide:

O art. 49 do CDC também deve ser aplicado às transações envolvendo o comércio eletrônico via internet. Nesse sentido, a doutrina é quase unânime. A doutrina apenas não pode ser considerada unânime porque existe uma corrente minoritária que defende que a disposição do art.49 do CDC não deve ser aplicada quando o consumidor visita o estabelecimento virtual do comerciante. A justificativa dessa doutrina é de que, nesse caso, não estaria configurada a contratação à distância, uma vez que a iniciativa para aquisição do produto foi realizada pelo próprio consumidor. O principal adepto dessa corrente é Fábio Ulhôa Coelho. (2014, p. 127)

Urge esclarecer que a jurisprudência nacional não tem destoado da doutrina majoritária, aplicando o entendimento de que as compras realizadas pela internet ensejam o exercício do direito de arrependimento nos termos previstos no artigo 49 da Lei 8.078/90.

O PL281/2012 pretende incluir expressamente os contratos eletrônicos no dispositivo legal, de forma a encerrar qualquer discussão. Isso seria feito através de mais um parágrafo, estabelecendo o entendimento do que vem a ser contratação a distância:

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

Atualmente, o debate a respeito da aplicação do artigo 49 do CDC para as compras de passagens aéreas pela internet ou outro meio de comunicação a distância considera citada teoria adotada por Fábio Ulhôa Coelho e Alexandre Gomide. As decisões que acatam a teoria quanto ao afastamento da incidência do artigo 49 do CDC, argumentam que o consumidor tem consciência do que está adquirindo, o que dispersa da finalidade da norma consumerista.

Para Flávio Tartuce (2018, p. 355), entretanto, justa seria a aplicação do art. 49 do CDC às compras de passagens aéreas pela internet ou telefone, pois a finalidade social apresentada pela norma é de justamente abranger as hipóteses de compra e venda contemporânea. Ainda para Tartuce:

[...] são ilegais e abusivas as multas cobradas pelas empresas aéreas dentro do prazo de arrependimento, contado, nessa hipótese, da celebração do contrato. Ato contínuo, merece aplicação integral o parágrafo único do art. 49 do CDC, com a devolução integral do que foi pago pelo consumidor, valor que deve ser atualizado integralmente.

Sobre tal matéria pretende também o PL 281/12 incluir preceito específico, autorizando o exercício do direito de arrependimento na compra das passagens aéreas, com prazo, inclusive, diferenciado, devido à peculiaridade do contrato.

Ainda quanto às alterações trazidas pelo Projeto de Lei 281/12, há a proposta de inclusão de dispositivo referente às vendas realizadas no estabelecimento empresarial, sem que o consumidor tenha contato imediato com o que está adquirindo. A norma a ser acrescentada visa a equiparação desta modalidade às contratações a distância.

Sob essa mesma ótica deve-se visualizar o chamado marketing agressivo. Mesmo que o consumidor se encontre dentro do estabelecimento comercial e em contato com o produto, o marketing agressivo efetivado pelo fornecedor macula a vontade real do consumidor, causando um estímulo repentino, certa ansiedade na contratação, derivados dos métodos de apresentação do produto ou serviço. Por isso, atualmente, entende-se aplicável também o exercício do direito de reflexão em casos como este, não obstante esses casos não tenham sido tratados pelo Projeto de Lei 281/2012.

Outra alteração prevista no PL 281/12 inclui o §5º, estabelecendo a resolução automática de contratos conexos caso a operação envolva financiamento ou contratos acessórios de crédito, devendo estes ser “automaticamente rescindidos, devendo ser devolvido ao fornecedor do crédito o valor total financiado ou concedido que tiver sido entregue”. Também há a inclusão do §6º, a tratar da comunicação do arrependimento, pelo fornecedor, a fim de que a transação não seja lançada na fatura do consumidor.

O PL 281/2012 não coloca fim aos problemas envolvendo o direito de arrependimento, sobretudo porque não impõe limites ao seu exercício, não regulamenta o prazo em que o consumidor deve devolver o produto recebido, o prazo que possui o fornecedor para reembolsar o consumidor dos valores pagos ou a quem recairá a responsabilidade pelas despesas de devolução da coisa.

#### **4.1.1 Limites atuais de aplicabilidade do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor**

Visto que as alterações previstas pelo PL 281/2012 ainda não foram aprovadas, não alteraram a configuração legal do instituto. Para tanto, o exercício do direito de arrependimento, atualmente, não encontra muitas limitações, pois o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor prevê o referido direito quando o contrato tenha sido celebrado fora do estabelecimento comercial (observadas todas as ressalvas já tratadas, como em caso de marketing agressivo), ou seja, pela internet, telefone, em domicílio e deve ser observado o prazo para exercer o direito de arrependimento que é de 7 dias, a contar da data de início da prestação do serviço ou recebimento do produto.

Com certa incompletude legislativa, as possibilidades de interpretações do dispositivo seguem a cargo da doutrina e da jurisprudência.

Ademais, como bem preceituou Ligia Vasconcelos, em seu artigo sobre os limites do direito de arrependimento, deve haver uma ponderação quanto aos limites de aplicabilidade do artigo 49 do CDC:

Embora atualmente ainda não haja um rol exemplificativo de limitações ao direito de arrependimento, o nosso ordenamento jurídico tem apreciado as particularidades de cada caso, utilizando-se dos princípios da razoabilidade e da boa-fé para conciliar a proteção do consumidor com o desenvolvimento econômico e tecnológico. Em outras palavras, impedir a prática abusiva do direito ao arrependimento é estimular o equilíbrio e a harmonização das relações entre consumidores e fornecedores (art. 4º inciso III). (2017)

Assim, deve-se entender que o alargamento das possibilidades do direito de arrependimento se devem às variadas formas de aquisição de bens e serviços propiciadas pela inovação tecnológica, não havendo que se considerar um aumento dos direitos dos consumidores em desfavor aos fornecedores, pois se esse fosse o intento, estar-se-ia promovendo o desequilíbrio e não o equilíbrio das relações de consumo, gerando enriquecimento sem causa e sérios transtornos a toda a cadeia produtiva.

#### 4.2 DIREITO DE ARREPENDIMENTO FRENTE A PRODUTOS PERSONALIZADOS

Quanto aos produtos personalizados, muito embora tenha sido proposta a limitação de aplicação do direito de arrependimento na Emenda nº 26, proposta pelo Senador Antônio Carlos Rodrigues para o Projeto de Lei do Senado 281/2012, a Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor não aprovou totalmente a referida Emenda, sob o argumento de que tal limitação seria antifuncional e até abusiva.

Existem algumas divergências doutrinárias, visto que já foi decidido pelo Tribunal de Justiça de São Paulo quanto à inaplicabilidade do artigo 49, por exemplo, na compra de um vestido personalizado (Tribunal de Justiça de São Paulo, Apelação c/ revisão nº 930387-0/4, 36. Câmara, j. 13.03.2008, Des. Rel. Jayme Queiroz Lopes) e pelo Tribunal de Justiça do Distrito Federal, quanto à venda de produto personalizado, na modalidade porta a porta, foi decidido pela aplicabilidade do direito de arrependimento (TJ-DF - Ri: 07182847320158070016, Relator: João Luis Fischer Dias, data de julgamento: 24/11/2015, 2ª turma recursal, data de publicação no DJE: 27/11/2015).

Na doutrina, como para Alexandre Gomide (2014, p.127) arrepender de uma compra feita sob encomenda parece uma injustiça ao fornecedor, não podendo tal situação ser encarada como risco inerente ao negócio, abrindo caminho para abuso de direito pelo consumidor.

Assim, muito embora haja na doutrina autores que não reconheçam a aplicação do direito de arrependimento a produtos personalizados, a jurisprudência majoritária interpreta a legislação de modo a não absorver tal limitação, tornando possível que um consumidor que tenha contratado um produto sob suas especificações se arrependa da aquisição e tenha o montante pago devolvido, desde que o faça no prazo decadencial de sete dias, conforme a lei, e que a compra tenha sido realizada fora do estabelecimento comercial. Segue-se, portanto, o mesmo entendimento em caso de o consumidor não ter tido contato com o produto antes mesmo de sua efetiva contratação, não podendo, portanto, ter certeza sobre sua aquisição, ensejando o prazo de reflexão para o caso.

Para tanto, sem qualquer alteração legislativa na norma até então, tem-se que a ponderação e a razoabilidade para aplicabilidade do presente artigo seguem sendo o melhor caminho.

#### 4.3 OUTO PROJETO MODIFICADOR: PROJETO DE LEI 1.179 DE 2020, ATUALMENTE, LEI 14.010 DE 10 DE JUNHO DE 2020

O Projeto de Lei 1.179/20, apresentado pelo Senador Antônio Anastasia (PSD/MG), no dia 20 de março de 2020, visa a instauração de um regime jurídico emergencial e transitório, em decorrência da passagem da pandemia do vírus conhecido como Covid-19, que o mundo conheceu ao final do ano de 2019. Tal projeto busca estabelecer medidas legislativas que intenta suspender ou adaptar a aplicação de dispositivos de lei no âmbito de matérias preponderantemente privadas.

Para tanto, o artigo 8º do PL 1.179/20 tem a seguinte redação: “até 30 de outubro de 2020, fica suspensa a aplicação do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor na hipótese de produto ou serviço adquirido por entrega domiciliar (delivery)”.

Tal previsão tem como escopo o fato de que a jurisprudência atual tem seguido uma linha ampliativa para a aplicação do artigo 49 do CDC, portanto, ao restringir a aplicação do artigo 49 até o dia 30 de outubro de 2020, busca-se suprimir o estágio de vulnerabilidade que se encontram não só os consumidores, mas também os fornecedores,

visto que, sob esse prisma, procura-se amenizar os efeitos de uma situação excepcional e de quase calamidade nas relações jurídicas e, no caso, nas relações de consumo.

No dia 10 de junho do presente ano, o projeto de lei 1.179 foi aprovado e publicou-se a Lei 14.010. Não sofrendo alteração quanto ao que já foi citado, atualmente, conforme preceitua o Capítulo V, art. 8 da Lei 14.010/20, até o dia 30 de outubro de 2020 está suspensa a aplicação do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor na hipótese de entrega domiciliar (*deliveries*) de produtos perecíveis ou de consumo imediato e de medicamentos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo 49 do CDC, portanto, feitas as análises pertinentes, trata de um direito potestativo do consumidor, a ser exercido a um prazo decadencial de sete dias, com a consequente devolução do bem e do valor eventual gasto para a compra deste, como preceitua o parágrafo único do artigo supra citado.

Urge consignar que o exercício do direito de arrependimento é uma causa de extinção contratual, que preenchidos os requisitos, pode ser exercido pelo consumidor a fim de ver garantido o direito e a proteção legal.

A complexidade das relações humanas, com o passar dos anos tornou necessário o afastamento das distorções e práticas de abuso aos consumidores, sendo, em parte, razão para as alterações acerca da literalidade do artigo 49 da Lei 8.078/90.

Como garantia constitucional e princípio da ordem econômica, a proteção ao consumidor e às relações consumeristas equilibradas podem também ensejar as alterações vislumbradas para o artigo 49, uma vez que este é um dos dispositivos permanentemente em comento.

Superados os entendimentos jurisprudenciais divergentes sobre o instituto do direito de reflexão, pode-se concluir pela aplicabilidade do artigo 49 às compras realizadas por meio eletrônico, regulamentadas, atualmente, pelo Decreto 7.962 de 15 de março de 2013, e com vistas à alteração do dispositivo legal, trazida pelo Projeto de Lei 281/2012. Isso também é válido no que diz respeito à nulidade a ser arguida para a cláusula que vise retirar do consumidor o direito ao arrependimento e a consequente restituição dos valores eventualmente pagos na compra (artigo 51, inciso II do CDC).

Importante sublinhar também a possibilidade de exercício do direito de reflexão nas compras realizadas dentro do estabelecimento comercial, por meio do marketing agressivo ou

de outros métodos persuasivos utilizados pelos fornecedores, capazes de ludibriar o perfeito entendimento do consumidor, ou sua real vontade, gerando certa ansiedade para a aquisição a ser feita.

Leonardo de Medeiros (2016, p. 363) também conclui sobre isso acertadamente, pontuando que a jurisprudência tem aplicado o direito de arrependimento quando a contratação ocorrer no estabelecimento do fornecedor, mas para isso o consumidor deve ter se encontrado sobre forte pressão psicológica que o tenha colocado em situação desvantajosa, impedindo-o de refletir e manifestar livremente sua vontade.

Quanto às alterações trazidas pelo Projeto de Lei nº 281/2012 mesmo que ainda não aprovadas, tratam de modificações ao artigo 49, pela inclusão de outros nove parágrafos na norma. E dentre as inovações, como já destacadas, pode-se rememorar: à explicação pelo que vem a ser considerada contratação a distância, tratamento diferenciado no caso de compra de passagens aéreas, a obrigação ao fornecedor de informar ao consumidor quais meios poderão ser utilizados para a prática do arrependimento, dentre outras.

Sem deixar de explanar que algumas explicações e adições já foram regulamentadas no Decreto nº 7.962/2013, que deu luz ao comércio eletrônico nos termos do Código de Defesa do Consumidor, como por exemplo, obriga o fornecedor a informar, de maneira clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor; disponibilizar a mesma ferramenta utilizada para a contratação para o exercício do direito de arrependimento; e enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

Um das mais vislumbradas alterações está ligada à limitação de aplicabilidade do artigo 49 aos produtos personalizados, aqueles que são fabricados a partir de especificações dos consumidores. Seria tratada no PL 281/2012, através da Emenda nº26, entretanto, a Comissão julgadora do PL não aceitou tal limitação, permanecendo, portanto, o entendimento jurisprudencial majoritário de que o exercício do direito de reflexão é válido inclusive em caso de compra de produtos personalizados, como já tratado no tópico 4.2.

Por conseguinte, pautado no exposto, consigna-se que o direito de arrependimento deve ser exercido mediante a boa-fé e sempre vislumbrando a vulnerabilidade do consumidor nas relações comerciais. A não aprovação de limitações de aplicabilidade do artigo 49 e as alterações constantes do projeto de lei 281/2012 garantem que a proteção do consumidor seja colocada em evidência, como preceitua a Lei 8.078/90.

O exercício do direito de reflexão não possui tantos empecilhos, sendo cabível ressaltar que a norma é altamente ligada a entendimentos jurisprudenciais e doutrinários,



passíveis de divergência, respeitado o prazo decadencial de sete dias e realizada a compra fora do estabelecimento empresarial, por meio eletrônico, telefônico ou a domicílio. Sem influência de marketing agressivo ou outras formas errôneas de persuasão, o consumidor pode fazer jus ao seu direito e deve se atentar para as modificações possíveis deste, pois a proteção buscada é sempre maior e, no contexto atual, diante da pandemia do Covid-19 e da Lei 14.010/20, suspensa está a aplicabilidade do direito de arrependimento até o dia 30 de outubro de 2020, a ser exercido mediante aos *deliveries*, na compra de produtos perecíveis ou de consumo imediato e de medicamentos.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Fabrício Germano; REIS, Halissa. **Aplicabilidade do direito de arrependimento no comércio eletrônico em relação aos produtos personalizados**. 2017. Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/cd/article/view/3200>> Acesso em 21 maio. 2020.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do consumidor**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

BRASIL. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, 11 de setembro de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)> Acesso em: 05 maio. 2020.

\_\_\_\_\_. Lei nº 14.010 de 10 de junho de 2020. **Dispõe sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período de pandemia do coronavírus (Covid-19)**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/L14010.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14010.htm)> Acesso em: 13 junho. 2020.

\_\_\_\_\_. Senado Federal. PL 281/2012. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>> Acesso em: 18 maio. 2020.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial* nº 1.340.604-RJ, 2.ª Turma. Relator Ministro Mauro Campbell Marques, Rio de Janeiro, RJ, 15 de agosto de 2013 (DJE de 22.08.2013).

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. *Recurso Especial* nº 930.351-SP, 3.ª Turma. Relatora Ministra Nancy Andrighi. São Paulo, 27 de outubro de 2009 (DJE de 16.11.2009).

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula nº 297**. O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras. Disponível em: <<https://gilbertomelo.com.br/sumula-no-297-stj/>> Acesso em: 24 abril. 2020.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula nº 381**. Nos contratos bancários, é vedado ao julgador conhecer, de ofício, da abusividade das cláusulas. Disponível em: <<https://www.legjur.com/sumula/busca?tri=stj&num=381>> Acesso em: 05 maio. 2020.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Distrito Federal. *Recurso Inominado* nº 07182847320158070016. 2.ª Turma. Relator desembargador João Luis Fischer Dias. Distrito Federal. 24 de novembro de 2015 (DJE: 27.11.2015).

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação c/ revisão nº 930387-0/4. 36.ª Câmara. Relator desembargador Jayme Queiroz Lopes. São Paulo. 13 de março de 2008.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Código de Defesa do Consumidor Comentado: artigo por artigo**. 12. Ed. Rev. Amp. E atual. Salvador: Editora JusPODIVM, 2016.

GOMIDE, Alexandre Junqueira. **Comércio eletrônico, direito de arrependimento e as propostas de alteração ao CDC (PLS 281/12)**. 2015. Disponível em: <[https://www.migalhas.com.br/depeso/229819/comercio-eletronico-direito-de-arrependimento-e-as-propostas-de-alteracao-ao-cdc-pls-281-12\\_](https://www.migalhas.com.br/depeso/229819/comercio-eletronico-direito-de-arrependimento-e-as-propostas-de-alteracao-ao-cdc-pls-281-12_)>. Acesso em 19 maio. 2020.

\_\_\_\_\_. **Direito de Arrependimento nos contratos de consumo**. São Paulo: Almedina, 2014.

MENESES, Ana Carolina Sarmiento Vidal; LIMA, Sílvio Latache de Andrade. **Direito de arrependimento do consumidor e Covid-19: um recorde analítico do projeto de lei 1.179, de 2020**. Disponível em: <<https://m.migalhas.com.br/depeso/323664/direito-de-arrependimento-do-consumidor-e-covid-19-um-recorte-analitico-do-projeto-de-lei-1179-de-2020>> Acesso em: 18 maio. 2020.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

NUNES, Rizatto. **Curso de direito do consumidor**. 11. Ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual** / Flávio Tartuce, Daniel Amorim Assumpção Neves – 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, São Paulo: MÉTODO, 2018.

VASCONCELOS, Ligia. **Os limites do direito de arrependimento**. Disponível em: <<https://ligiavasconcelos.jusbrasil.com.br/artigos/460733580/os-limites-ao-direito-de-arrependimento>>. Acesso em: 18 maio. 2020.