

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIDADE DE ENSINO SUPERIOR DOM BOSCO – UNDB
CURSO DE DIREITO

ALANA LISLEA CONCEIÇÃO ARAUJO

E-COMMERCE E DIREITO DE ARREPENDIMENTO: mitigação e vedação ao abuso

São Luís

2022

ALANA LISLEA CONCEIÇÃO ARAUJO

E-COMMERCE E DIREITO DE ARREPENDIMENTO: mitigação e vedação ao abuso

Monografia apresentada ao curso de graduação em Direito do Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharela em Direito.

Orientador: Dr. Arnaldo Vieira Sousa.

São Luís

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Centro Universitário – UNDB / Biblioteca

Araujo, Alana Lislea Conceição

E-commerce e direito de arrependimento: mitigação e vedação ao abuso. / Alana Lislea Conceição Araujo. __ São Luís, 2022.
119 f.

Orientador: Prof. Dr. Arnaldo Vieira Sousa.

Monografia (Graduação em Direito) - Curso de Direito – Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB, 2022.

1. Direito de arrependimento. 2. E-commerce. 3. Mitigação. 4. Abuso de direito. I. Título.

CDU 347.451.031

ALANA LISLEA CONCEIÇÃO ARAUJO

E-COMMERCE E DIREITO DE ARREPENDIMENTO: mitigação e vedação ao abuso

Monografia apresentada ao curso de graduação em Direito do Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharela em Direito.

Aprovado em 21/06/2022

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Arnaldo Vieira Sousa (Orientador)

Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco

Adv. Ma. Priscilla Karenwen Oliveira Rocha (Membro Externo)

Universidade Federal do Maranhão

Profa. Ma. Teresa Helena Barros Sales

Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco

A Deus, à minha mãe empreendedora do ramo alimentício e a todos os consumidores e fornecedores no comércio eletrônico.

AGRADECIMENTOS

Ao longo desta jornada de curso, árdua e cheia de altos e baixos, contei com o apoio de muitas pessoas que fizeram a diferença nesta fase da minha vida e dessa trajetória, um tempo de muito aprendizado, resiliência, felicidade e força. Todas estas merecem minha admiração e agradecimento.

No entanto, para esta etapa final de curso e confecção desta monografia quero destacar, primeiramente meu agradecimento a Deus, o dono dos meus dias, meu Pai Celestial, pois sem Ele não conseguiria concluir mais essa etapa. Obrigada, Senhor, por mais essa maravilhosa graça que me alcançou, toda Honra e Glória pertence a Ti.

Agradeço também a minha mãe, Lucia Maria de Sousa Conceição, que em todos os momentos me acompanha bem de perto, apoiando, fortalecendo-me, sendo mãe e pai. Obrigada, minha Rainha, por me incentivar a cada dia crescer em fé e em conhecimento, dificilmente teria chegado até aqui se não fosse por seus ensinamentos e cuidado.

Agradeço também a meu irmão, Filipe Viegas, que foi um exemplo pra mim de superação e de concluir com êxito a vida acadêmica na UNDB, obrigada por seus conselhos e motivação a cada momento do curso. Agradeço aos meus avós, Pedro Alves e Maria da Conceição, pelo compromisso de me ajudarem com moradia e de forma tão singela com o pagamento da internet, poupando-me dessa preocupação me deixando livre para escrever.

Ao meu namorado, Antônio Filho, por todo amor, paciência, compreensão, em me ajudar, por ter me acompanhado na realização do meu trabalho, me incentivando, apoiando, para realizar as pesquisas. Obrigada, Amor, por estar ao meu lado, por acreditar em mim e reafirmar em vários momentos o meu potencial e a grande mulher que sou.

Ao meu orientador Arnaldo Vieira Sousa, que, no último ano de curso, aprovou a Deus reservar-me essa maravilhosa surpresa: o Coordenador do Curso ser meu orientador. Deus é perfeito em tudo que faz e de coração, Professor Arnaldo, obrigada por todo seu acompanhamento seguro e consciente, por sua paciência, incentivo, dedicação em me encontrar para corrigir os capítulos, pelas dicas e sugestões de materiais que eu precisava para desenvolver esse trabalho, por todo estímulo constante para a realização da Monografia.

Agradeço também a todos os amigos, mais chegados que irmãos, que me acompanharam e intercederam por mim, mostrando-me o verdadeiro valor de uma amizade. Só tenho a declarar:

"Ebenézer, dizendo: Até aqui o Senhor nos ajudou" (1 Samuel 7:12b).

"O direito de arrependimento não pode servir de mandos ou desmandos irrazoáveis, ele tem que ser a exata medida fática apta a produzir a lúdima justiça".

Antonio Filho

RESUMO

O presente trabalho trata-se de uma análise sobre a possibilidade de mitigação do direito de arrependimento ante a prática de E-commerce como meio de vedação ao abuso de direito. Descrevendo à luz do CDC o conceito de direito de arrependimento, bem como os aspectos históricos e atuais do instituto na relação consumerista de E-commerce, compreendendo dentro desta relação quando se torna abuso de direito o exercício do direito de arrependimento e demonstrando a possibilidade da aplicação da mitigação deste instituto como forma de equilibrar as relações de consumo no E-commerce. A metodologia utilizada quanto aos objetivos foi a exploratória a partir de pesquisa bibliográfica, artigos científicos e jurisprudência no campo Consumerista, em que buscou-se evidenciar conceitos e posicionamentos de diferentes estudiosos e doutrinadores a fim de expor o arcabouço teórico do tema, procedendo-se a devida e indispensável crítica no esclarecimento quanto ao objeto investigado. E quanto aos procedimentos técnicos, o método adotado foi o dedutivo, utilizando-se de estudo de caso e aplicação de questionários realizados pessoalmente no 7º e 12º Juizados Especiais Cíveis e das Relações de Consumo de São Luís - MA e no PROCON/MA. Por fim, conclui-se que o exercício do direito de arrependimento na prática do E-commerce quando não ocorre dentro de sua previsão legal pode ser alvo de demandas nos Órgãos de Defesa do Consumidor e no Poder Judiciário, desse modo, resta evidente a necessidade de aprimoramento do comércio eletrônico no nosso país, sobretudo, no uso do direito de arrependimento nas relações consumeristas, pois para evitar abusos a proposta ideal seria mitigar o exercício do direito de arrependimento, visando em última análise trazer equilíbrio, ponderação e razoabilidade entre as figuras, consumidor e fornecedor, dentro do E-commerce.

Palavra-Chave: Direito de arrependimento. E-commerce. Mitigação. Abuso de Direito.

ABSTRACT

The present work is an analysis of the possibility of mitigating the right of withdrawal before the practice of E-commerce as a means to prevent the abuse of rights. Describing in light of the CDC the concept of the right of withdrawal, as well as the historical and current aspects of the institute in the E-commerce consumer relation, understanding within this relation when the exercise of the right of withdrawal becomes an abuse of right and demonstrating the possibility of applying the mitigation of this institute as a way of balancing consumer relations in E-commerce. The methodology used as to the objectives was exploratory, based on bibliographic research, scientific articles and case law in the field of consumerism, which sought to highlight concepts and positions of different scholars and scholars in order to expose the theoretical framework of the topic, proceeding with the necessary and indispensable criticism in the clarification of the investigated object. As for the technical procedures, the method adopted was deductive, using a case study and application of questionnaires conducted personally at the 7th and 12th Special Civil and Consumer Relations Courts of São Luís - MA and at PROCON/MA. Finally, it is concluded that the exercise of the right of withdrawal in the practice of E-commerce when it does not occur within its legal provision may be subject to demands in the Consumer Protection Bodies and in the Judiciary. Thus, the need for improvement of e-commerce in our country is evident, especially in the use of the right of withdrawal in consumer relations, because to avoid abuses the ideal proposal would be to mitigate the exercise of the right of withdrawal, aiming ultimately to bring balance, weighting and reasonableness between the figures, consumer and supplier, within E-commerce.

Keyword: Right of repentance. E-commerce. Mitigation. Abuse of Law.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Orientação PROCON/MA - Direito de arrependimento	82
---	----

LISTA DE SIGLAS

B2A	Business Administration
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
C2B	Consumer to Business
C2C	Consumer to Consumer
CC	Código Civil
CDC	Código de Defesa do Consumidor
COVID-19	Corona Vírus Disease
LINDB	Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro
MCI	Marco Civil da Internet
PROCON/MA	Instituto de Promoção e Defesa do Cidadão e Consumidor do Maranhão
RJET	Regime Jurídico Emergencial e Transitório
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TJDFT	Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios
TJMA	Tribunal de Justiça do Maranhão
TJSP	Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, O DIREITO DE ARREPENDIMENTO E O E-COMMERCE	16
2.1	Concepções iniciais: CDC e o direito de arrependimento	16
2.2	O E-commerce	26
2.3	Da Prática do direito de arrependimento dentro do E-commerce	33
3	A PRÁTICA ABUSIVA NO USO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS DE E-COMMERCE	39
3.1	O abuso de direito	40
3.2	Os elementos para a configuração do abuso de direito	45
3.3	Consequências advindas da violação ao artigo 187 do Código Civil	51
4	A MITIGAÇÃO AO USO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS NO E-COMMERCE	57
4.1	A violação aos princípios da boa fé e do fim econômico ou social do próprio direito nas relações consumeristas no E-commerce	58
4.2	Jurisprudências aplicáveis às relações consumeristas oriundas de E-commerce e direito de arrependimento	63
4.3	Resultados e discussão dos dados coletados no PROCON-MA e 07º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís - MA ...	73
5	CONCLUSÃO	85
	REFERÊNCIAS	89
	GLOSSÁRIO	95
	APÊNDICES	96
	ANEXOS	99

1 INTRODUÇÃO

Com o crescente avanço tecnológico e a massificação do uso da internet, notou-se o crescimento das transações comerciais, especificamente, na modalidade de relação de consumo de comércio eletrônico. Dessa forma, essa nova prática comercial, em virtude de acontecer totalmente no ambiente virtual, exige a necessidade de mais segurança e celeridade no trânsito de negociações consumeristas, tornando-se conseqüentemente inevitável haver um respaldo legal, jurídico e doutrinário capaz de acompanhar todas as evoluções.

Logo, o surgimento dessa nova prática comercial, chamada de E-commerce ou comércio eletrônico, apesar de trazer eficiência, comodidade, melhorar a competitividade no mercado e oportunizar novas possibilidades de negócios que anteriormente seriam impensáveis, requererá também quando da contratação eletrônica normas concretas e específicas, nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor é o diploma legal que se propõe a acompanhar e regular essas práticas advindas da relação consumerista.

Entretanto, atinente ao direito de arrependimento, frente a identificação da relação de consumo no E-commerce, nota-se que tanto o consumidor, quanto o fornecedor tornaram-se figuras vulneráveis, pois de um lado encontra-se o consumidor com seu direito de arrependimento, direito livre, legal, potestativo e decadencial, e, de outro, o fornecedor, que, juridicamente submete-se ao direito de arrependimento do consumidor.

Posto isso, levando-se em consideração o cenário das relações consumeristas, no que concerne a previsibilidade jurídica de proteção ao consumidor, verificando-se que é muito mais que conceder a defesa aos hipossuficientes nessa relação, trata-se também de proteger a inviolabilidade de direitos, a problemática do presente trabalho é mostrar que, em alguns momentos, dentro do universo do E-commerce, o direito de arrependimento pode se tornar uma prática abusiva e, dentro dessa perspectiva a solução mais viável seria a mitigação do uso do direito de arrependimento, na relação consumerista no E-commerce, como medida de equilíbrio entre as partes.

O instituto do direito de arrependimento é garantido ao consumidor, embora o Código de Defesa do Consumidor, não trate objetivamente do comércio realizado por meio da Internet, todavia pode-se citar aqui o reconhecimento desse instituto, quando de forma expressa no art. 49 traz cobertura para aquisição que ocorrer fora do estabelecimento comercial, neste sentido a compra pela internet é categorizada, por ocorrer fora do domicílio.

Assim, em sua redação literal, estabelece o caput do art. 49 da Lei 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor, que “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".

Nesse sentido, todos os aspectos deste instituto remontam para a noção de proporcionar mais segurança ao consumidor, quando da oferta em uma relação de mercado, identificada em atividades econômicas fora do estabelecimento comercial nas quais estejam o consumidor e o fornecedor.

Deste modo, o direito de arrependimento é permitido no ordenamento jurídico brasileiro e propõe-se principalmente garantir ao consumidor a oportunidade de retroceder, de desistir de determinado negócio, se porventura notar que as condições ofertadas por meio não direto estejam inadequadas à realidade do produto ou serviço contratado.

No entanto, apesar do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor e o Decreto Federal nº 7.962/2013, conhecido como a Lei do E-commerce reconhecer a aplicação do direito de arrependimento para as compras pela internet, ainda há a necessidade de se colocar barreiras/limites que conduzam ao equilíbrio, a prudência e a razoabilidade nas relações de consumo entre fornecedor e consumidor.

De um lado, observa-se a previsão do Código de Defesa do Consumidor quanto ao instituto do direito de arrependimento, consoante ao comércio eletrônico. Por outro lado, constata-se o não atendimento ao equilíbrio nestas relações, uma vez que, em alguns casos, acabam por comprometer um dos sujeitos dessa relação, a saber, o fornecedor que pode ser lesado devido a conduta de má-fé de alguns consumidores.

Desta forma, o objetivo geral desse trabalho será de analisar a possibilidade de mitigação do direito de arrependimento ante a prática de E-commerce como meio de vedação ao abuso de direito. Sendo os objetivos específicos: Descrever à luz do CDC o conceito de direito de arrependimento, bem como os aspectos históricos e atuais do instituto na relação consumerista de E-commerce, compreender dentro da relação consumerista de E-commerce quando se torna abuso de direito o exercício do direito de arrependimento, além de demonstrar a real possibilidade da aplicação da mitigação do uso do direito de arrependimento como forma de equilibrar as relações de consumo no E-commerce.

Observa-se a relevância da pesquisa, uma vez que o tema traz uma carga interdisciplinar, ao passo em que, se comunica com outros ramos da área jurídica, e diante do crescente avanço e inovações no sistema de negociação por meio eletrônico, a realização da pesquisa busca acompanhar as atualidades e refletir sobre casos concretos, no tocante, ao direito de arrependimento, em específico nas relações de e-commerce, contribuindo assim,

para o desenvolvimento do conhecimento acadêmico e científico sobre o direito Consumerista, além de aprofundar e esclarecer as informações aos destinatários dessa relação de consumo.

A pesquisa constituiu-se metodologicamente quanto aos objetivos, como exploratória, buscando-se a partir de pesquisa bibliográfica, artigos científicos e jurisprudência no campo Consumerista, evidenciar conceitos e posicionamentos de diferentes estudiosos e doutrinadores a fim de expor o arcabouço teórico do tema, procedendo-se a devida e indispensável crítica no esclarecimento quanto ao objeto investigado. E quanto aos procedimentos técnicos, o método adotado foi o dedutivo, utilizando-se de estudo de caso e aplicação de questionários realizados pessoalmente no 7º e 12º Juizados Especiais Cíveis e das Relações de Consumo de São Luís - MA e no PROCON/MA.

Estruturalmente, o trabalho está composto por três seções. Na primeira seção, apresenta-se a conceituação do e-commerce, seus aspectos históricos, bem como o conceito de direito de arrependimento e a relação deste último nas relações consumeristas no e-commerce. Na segunda, tratou-se do instituto jurídico do abuso de direito no campo cível com estrita ligação e aplicabilidade na relação consumerista, mostrando situações e casos em que se revelou claro o abuso no exercício do direito de arrependimento nas relações consumeristas desenvolvidas no e-commerce.

Já na terceira, foram destacados a violação aos princípios boa fé e do fim econômico ou social do próprio direito nas relações consumeristas no E-commerce, jurisprudência sobre o tema, mitigação acerca do uso do direito de arrependimento na relação consumerista no e-commerce como meio de equilibrar as relações de consumo no E-commerce, bem como exibição de alguns dados obtidos perante o PROCON Maranhão e 7º e 12º Juizados Cíveis e das Relações de Consumo de São Luís-MA. Por fim, apresentar-se-ão as considerações finais.

2 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, O DIREITO DE ARREPENDIMENTO E O E-COMMERCE

A presente seção tem o objetivo de abordar, em contraponto aos inegáveis benefícios trazidos com a propagação e o desenvolvimento do comércio eletrônico, os direitos inerentes ao consumo por meio desse recurso tecnológico. Nesse sentido, inicialmente será feita a análise do direito de arrependimento ante a prática no E-commerce, descrevendo à luz do CDC o conceito de direito de arrependimento e as inferências quanto ao exercício desse instituto.

Nesse sentir, diante desse cenário de consumo no ambiente do comércio eletrônico, nota-se que, apesar da regulamentação desse instituto, dada por meio do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, reforçado pela legislação do e-commerce, mais conhecida como a “Lei do E-commerce brasileiro”, ainda assim, carece de esclarecimentos quanto ao exercício desse direito diante de situações fáticas específicas de casos concretos, em que acaba por se tornar uma prática abusiva, ao invés, de viabilizar proteção e equilíbrio entre o consumidor e fornecedor em negócios feitos por meio da Internet.

Em seguida será dado enfoque ao E-commerce, a sua evolução histórica, a previsão normativa no Código de Defesa do Consumidor e no Decreto nº 7962 de 15 de março de 2013, bem como a Lei 12.965/2014 (Marco Civil da Internet) que oferece proteção ao comerciante eletrônico enquanto usuário da rede mundial de computadores. Também, serão descritas as modalidades de e-commerce mais disseminadas no consumo on-line.

Por fim, serão destacados posicionamentos sobre a validade do exercício do direito de arrependimento no comércio eletrônico, haja vista que o tema ainda é alvo de questionamentos para firmar até que ponto prevalece esse direito de arrependimento a partir da identificação do comportamento dos consumidores perante as movimentações do comércio eletrônico.

Dito isso, passa-se agora à abordagem do direito de arrependimento sob a ótica jurídica, observados os princípios assegurados tanto ao consumidor, quanto ao fornecedor nas relações de e-commerce.

2.1 Concepções iniciais: CDC e o direito de arrependimento

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) encontra base no artigo 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da Constituição Federal de 1988, assim, protegido e consolidado pelas

diretrizes constitucionais, estabelece a proteção que o Estado deve proporcionar aos consumidores, o que precisa ocorrer em conformidade aos princípios inerentes a boa relação de consumo, pois antes do surgimento desse diploma legal o consumidor sempre enfrentava uma relação comercial desleal, haja vista na maioria das vezes ser a parte mais fraca da relação de consumo.

Assim, além da regulamentação da defesa e proteção do consumidor, com o advento do Código, que foi criado a partir da Lei 8.078/90 houve o estabelecimento de diretrizes para nortear as decisões jurídicas, bem como passa também a disciplinar as relações e as responsabilidades do fornecedor com o consumidor final.

Desde o advento do Código de Defesa do Consumidor em 1990, houve uma profunda alteração na dinâmica das relações entre consumidores e fornecedores. Ocorre que com o surgimento de novas demandas do final do século XX e do presente século XXI, a entrada do microsistema do Código de Defesa do Consumidor adaptável a essas demandas, foi de extrema valia, ainda mais por ser um sistema protetivo e principiológico às relações jurídicas de consumo.

É mister observar que este diploma legal foi criado na mesma época em que começou o desenvolvimento da internet no Brasil, assim em meio à evoluções na sociedade de forma significativa e o crescimento do consumo, bem como as novas relações de consumo, que antes presenciais, agora passam a ser chamadas relações de consumo virtuais, o Código de Defesa do Consumidor é baseado, tanto para disciplinar o consumo virtual, como presencial, além de resguardar a boa-fé objetiva e a confiabilidade da relação jurídica de consumo.

A par disso, cumpre anotar que há um processo histórico de desenvolvimento das formas para a realização de relações comerciais, sendo que uma simples aquisição como o "ato de comprar uma camisa" pode ser feito tanto indo à loja de um bairro, ou shopping, como também pela internet, no entanto, pela aquisição do produto há a transferência de recursos em favor daquele que vende o produto. (MAGALHÃES, 2021, p. 209).

Logo, desde o advento do Código de Defesa do Consumidor (CDC), em 1990, assiste-se a evolução das relações de consumo, bem como do próprio consumidor. De certo modo, o consumidor atual já é digital, pois mesmo não realizando a transação por meio da Internet, em muitos momentos recorre a ela para obter informações sobre bens e serviços.

Neste sentido, destaca Patricia Peck Pinheiro (2013, p. 59) que o consumidor mudou e está mais informado, pois compartilha em ambientes remotos de relacionamento,

como redes sociais, telefones, e-mail, internet, e com o poder de um clique negocia à distância, quer atendimento personalizado e sabe de seus direitos.

No entanto, um dos principais aspectos a ser considerado para a relação no ambiente eletrônico é que as regras previstas pelo Código do Consumidor aplicam-se tanto ao mundo real como ao virtual, dessa forma é necessário mais cautela em relação a transação feita de modo virtual, tendo em vista que pelas partes não estarem de modo presencial, estas correm o risco da possibilidade de distorções nas características do produto ou serviço contratado.

A despeito da aplicação das regras do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, tanto para as relações eletrônicas, como presenciais e, em análise geral, a Lei n. 8.078/90, discorre Patrícia Peck Pinheiro sobre os princípios e artigos válidos para as relações, seja na Internet, seja no celular, ou em qualquer outro meio que se invente, neste sentido apresenta o resumo a seguir:

- a) O reconhecimento dos Direitos Difusos e Coletivos nas relações de Consumo.
- b) A definição de Consumidor — art. 2º (inclusive já há decisões demonstrando situações de compra de software por empresa, na qual ela configuraria como consumidor final, portanto com todas as proteções e garantias dadas pelo CDC).
- c) Imputação da responsabilidade direta e de forma objetiva ao fornecedor independentemente do vínculo contratual. Antes do CDC havia dificuldade de imputação de responsabilidade ao fornecedor devido ao princípio do pacta sunt servanda (os contratos devem ser cumpridos), bem como dificuldade de prova de dano e denexo causal — arts. 6º, 12 e outros.
- d) O fabricante, vendedor ou prestador de serviços tem o dever de informar ao consumidor todas as características do produto ou serviço oferecido no mercado.
- e) A propaganda tem força vinculante, integra o contrato e obriga o anunciante ao cumprimento de todas as promessas anunciadas, inclusive quanto ao preço, se mencionado.
- f) Se a oferta ou venda for por telefone ou reembolso postal, **o consumidor terá sete dias para desistir da compra, com direito à devolução das quantias eventualmente pagas. Neste item, há situações em que na compra e venda online, pelo e-commerce, também se aplica a mesma regra.**
- g) Proteção contra práticas abusivas contra o consumidor — prevista pelo art. 39.
- h) Responder pelos danos patrimoniais e morais que causar. Esta proteção é de fundamental importância, especialmente na Internet, com a facilidade de usos de dados dos consumidores.
- i) Permitir apenas maiores em seu estabelecimento se explorar comercialmente jogos ou apostas [...].
- j) Fazer orçamento nos termos do art. 40, §§ 1º a 3º.
- k) Ampliação da responsabilidade solidária, com garantia de direito de regresso, o que na Internet ocorre com frequência, principalmente pelo grau de interdependência dos negócios — art. 13. Sendo que em situações em que o fornecedor possa fazer prova da culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro, então poderia afastar sua responsabilidade. A aplicação do art. 14 tem sido debatida no sentido de limites de responsabilidade, especialmente quando envolver danos causados por negligência do cliente, como em situações de uso indevido de senha no Internet Banking, entre outros.
- l) Possibilidade de cancelar serviços de prestação continuada [...].

m) A proteção de bancos de dados de consumidores e a questão de privacidade, hoje muito discutida no âmbito da Internet, em que se aplicam os artigos do CDC, bem como o art. 5º da Constituição Federal.

n) Inversão do ônus da prova em favorecimento ao consumidor. (PINHEIRO, 2013, p. 59-60, grifo nosso).

Neste sentido, para fins de aplicação dos direitos do consumidor no comércio eletrônico, vai importar se identificar quem são os consumidores e os fornecedores do comércio eletrônico. Nesta oportunidade vale referir o que conceitua Guilherme Mucelin, inicialmente a respeito de consumidor:

A noção jurídica de consumidor, a qual deverá abranger todos aqueles que atuam no mercado de consumo de forma não profissional, contratando ou se relacionando com um profissional, independentemente do modelo de comércio eletrônico adotado - excluindo-se, *rationae materiae*, determinadas situações, como as provindas de relações trabalhistas. Localizando-se pelo menos um sujeito consumidor ou a ele equiparado na relação, a legislação consumerista se fará incidir. (MUCELIN, 2021, p. 106).

Nessa perspectiva, a noção jurídica de consumidor, será definida de modo *rationae personae*, entretanto sua dimensão está tutelada pelo CDC e pela legislação promulgada, visando dar subsídios à proteção e defesa no que pese as relações de consumo. Pelo art. 2º do CDC, pode-se retirar a conclusão de que para aplicação das normas do CDC, consumidor pode ser tanto pessoa física quanto jurídica que adquire ou apenas se utilize de produto ou serviço como destinatário final. Desse modo, o mesmo CDC amplia seu campo de aplicação a partir da equiparação a consumidor em determinadas hipóteses.

Sobre o conceito de fornecedor já define o art. 3º do CDC, como "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".

Neste mesmo sentido, discorre Guilherme Mucelin sobre o conceito de fornecedor:

Aplicações de Internet quando realizam atividade negocial no fornecimento de conteúdo, produtos ou serviços destinados a consumidores, portanto caracterizando relações de cunho econômico ou que tenham subjacentes interesses econômicos de pelo menos uma das partes, será considerada como atividade desenvolvida de mercado de consumo, atraindo a incidência do CDC em compasso com o MCI (Marco Civil da Internet), o qual tem fundamento a defesa do consumidor (art. 2º, V), bem como assegura expressamente os seus direitos pela aplicação das normas de Direito do Consumidor no ambiente virtual quando configurada a relação de consumo (art. 7º, XIII). [...] Em rigor, havendo oferecimento de produtos, de conteúdo mediante algum tipo de remuneração ou prestação de serviço público ao consumidor, estará configurada a relação de consumo e, conseqüentemente,

inafastável se torna o microsistema protetivo do consumidor. (MUCELIN, 2021, p. 111-115).

Por este ângulo, o art. 3º do CDC traz essa definição de fornecedor, todavia é importante para fins da relação em ambiente de comércio eletrônico analisar também a legislação do Marco Civil da Internet, Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, pois assim será possível identificar outros fornecedores, como por exemplo, os *marketplaces*, que "são como grandes shopping centers virtuais" (ZACHO, 2017), bem como sites e aplicativos aparentemente gratuitos, uma vez que eles também se encontram na categoria de fornecedores, entre outros.

A partir então, da identificação dos sujeitos que fazem parte dessa relação de consumo é possível tratar da disciplina jurídica do comércio eletrônico pela ótica do direito do consumidor, por evidente, o direito de arrependimento, outros *marketplaces* como as redes sociais, a publicidade e seus efeitos, informação, conteúdo e forma, enfim, uma vasta abrangência de temas.

Portanto, é necessário analisar, em primeiro lugar, o que é direito de arrependimento, seus aspectos, e ainda, como este pode ser aplicado no Código de Defesa do Consumidor (CDC), para tanto, passa-se agora a expor posicionamentos importantes nos campos: legal, doutrinário e jurisprudencial, visando elucidar e marcar posição no tocante ao exercício do direito de arrependimento dentro das relações consumeristas praticadas no âmbito do comércio eletrônico (E-commerce).

Assim, quanto ao direito de arrependimento, trata-se da faculdade conferida ao consumidor de desistir do contrato prevista no artigo 49 do CDC, nos seguintes termos:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 (sete) dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a 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.

Destarte, pelo referido artigo é possível notar que é facultado ao consumidor desistir, no prazo de sete dias e sem qualquer ônus, do contrato que tenha efetuado, sendo a finalidade desse instituto justamente a de proteger a declaração de vontade do consumidor, em atenção à sua vulnerabilidade, atendendo a confiança e as expectativas legítimas do consumidor em relação ao que foi contratado.

Ainda pela previsão legal do direito de arrependimento, é possível notar a abrangência desse direito quanto às transações realizadas fora do estabelecimento comercial, o que assim fica evidente sua aplicação ao comércio eletrônico, pois o Código de Defesa do Consumidor deixa expresso que as vendas efetuadas fora do estabelecimento comercial podem ser canceladas no prazo de sete dias.

Uma vez que há o surgimento desta nova modalidade de compras, ou seja, a celebração do negócio e transação econômica ocorrendo no meio virtual, também precisa-se tratar da contratação à distância, dessa forma, estabeleceu-se pela doutrina consumerista, o chamado direito de arrependimento.

Para Bruno Miragem, (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 do seu exercício por parte do consumidor".

Nessa perspectiva, observa-se que o direito de arrependimento é uma prerrogativa do consumidor, tendo em vista que ao efetuar aquisições fora do estabelecimento comercial, este, não tem contato prévio com o produto ou serviço, nesse nível esse instituto apresenta-se coerente com o intuito de suprir essa falta de contato com o produto ou serviço, além de assegurar a conveniência e a oportunidade no ato de consumo.

Ao discorrer sobre o direito de arrependimento Bessa e Moura informam mais elementos quanto ao amparo desse instituto, expondo que:

A ideia é tutelar a possibilidade de escolhas maduras e refletidas do consumidor. Quer-se evitar as compras por impulso, quando o vendedor vai até a residência ou trabalho do consumidor que, pelas circunstâncias, não tem como avaliar adequadamente as vantagens da compra. Outra ideia é que a escolha adequada pressupõe contato físico e direto com o bem. Nenhuma fotografia ou imagem (Internet, catálogos, revistas) substitui o toque, a percepção da qualidade do produto oriunda da proximidade física com o consumidor. Portanto, a possibilidade de cancelamento do contrato, com fundamento no art. 49 do CDC, abrange tanto as compras realizadas no trabalho e domicílio do vendedor, como aquelas por meio da internet e telefone. **Cumprir destacar que o cancelamento da compra independe de existência de vício ou qualquer espécie de problema com o bem. Basta encaminhar ao fornecedor, por qualquer meio, a manifestação de vontade de cancelar o contrato.** (BESSA e MOURA, 2014, p. 213-214, grifo nosso).

Observe-se, contudo, que o direito de arrependimento remete a um direito potestativo, assegurado ao consumidor, com um prazo de reflexão, pois quando se contrata à distância, o consumidor pode estar mais vulnerável a adquirir um produto ou serviço sem poder avaliar com mais precisão se atende ou não, as suas necessidades e interesses.

O respeito ao direito de arrependimento também é uma das obrigações exigidas para contratações virtuais, blindado juridicamente pelo Decreto nº 7.962 de 15 de março de 2013, em seu art. 1º, III. O Decreto em comento abrange os aspectos quanto ao exercício do direito ao arrependimento, podendo ser delimitado nos termos de seu art. 5º, parágrafos e incisos, o qual inicialmente, determina que o fornecedor tem o dever de informar, maneira clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício deste direito (art. 5º).

Nessa senda, Lúcia Souza D'Aquino explica que:

O respeito ao direito de arrependimento pode ser exercido tanto na mesma ferramenta utilizada para a contratação - via *site* ou *app* - ou por outros meios disponibilizados - por telefone ou e-mail, por exemplo, (art. 5º, § 1º). Tendo o consumidor decidido pelo arrependimento e manifestado ao fornecedor, deve este último confirmar imediatamente o recebimento de tal manifestação (art. 5º, § 4º). O Decreto em comento também traz regras a respeito dos contratos acessórios, os quais igualmente se rescindem com o exercício do direito de arrependimento sem que isto represente quaisquer ônus ao consumidor (art. 5º, § 2º), bem como a comunicação imediata de tal fato às instituições financeiras, às administradoras de cartões de crédito ou similares pelas quais fora realizado o pagamento, a fim de que a transação não seja lançada na fatura do consumidor ou, caso já se tenha realizado, seja efetivado o estorno do valor (art. 5º, § 3º, I e II). (D'AQUINO, 2021, p. 127).

Desta maneira, frise-se que o exercício do direito de arrependimento não está condicionado a qualquer espécie de situação que apresente vícios ou demonstração de equívoco quanto à qualidade do produto ou serviço, no entanto a única limitação ao exercício deste direito pelo consumidor é o prazo fixado em lei para realizar a manifestação ou a comunicação de desistência por parte do consumidor.

Relativo ao prazo de reflexão de sete dias corrobora o entendimento de Flávio Tartuce:

Constitui um direito potestativo colocado à disposição do consumidor, contrapondo-se a um estado de sujeição existente contra o fornecedor ou prestador. Como se trata do exercício de um direito legítimo, não há a necessidade de qualquer justificativa, não surgindo da sua atuação regular qualquer direito de indenização por perdas e danos a favor da outra parte. Como decorrência lógica de tais constatações, não se pode falar também em incidência de multa pelo exercício, o que contraria a própria concepção do sistema de proteção ao consumidor. (TARTUCE, 2021, p. 266).

Desse modo, o direito de arrependimento, por se tratar de um direito potestativo, ou seja, que não é necessário qualquer justificativa por parte do consumidor para exercê-lo, o consumidor, não precisa reparar por perdas e danos em favor da parte contrária. Nessa senda, a proposta do instituto pelo Código de Defesa do Consumidor mostra-se pronto a garantir proteção aos princípios do Direito Consumerista, como o da liberdade do consumidor, o

princípio da vulnerabilidade, dentre outros, e no tocante a estes princípios supramencionados, previsto no inciso I do art. 4º do CDC, bem aponta, Rizzatto Nunes que:

O inciso II do art. 4º autoriza a intervenção direta do Estado para proteger efetivamente o consumidor, não só visando assegurar-lhe acesso aos produtos e serviços essenciais como para garantir qualidade e adequação dos produtos e serviços (segurança, durabilidade, desempenho). E volta no inciso VI deste mesmo art. 4º, pelo qual se verifica a estreita consonância com os maiores princípios constitucionais, especialmente os da dignidade da pessoa humana, isonomia e princípios gerais da atividade econômica. (NUNES, 2018, p.123).

Ademais, reconhece-se que os consumidores precisam do direito à reflexão para realizarem boas decisões no mercado, ainda mais quando se trata de uma relação de consumo em ambiente virtual, onde não lhe foi dada oportunidade de ter contato prévio com o produto, cuja aquisição sem reflexão, mesmo que seja nos 7 (sete) dias a contar do ato de recebimento do produto ou serviço, faz diferença em situações como a que o consumidor é levado a consumir por impulso.

Atinente, ao direito de reflexão, conferido ao consumidor, vale destacar que o entendimento quanto ao direito de arrependimento já encontra-se consolidado pelo STJ, visto isso no julgado a seguir:

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. (BRASIL, 2013).

Conforme, visto no julgado acima mencionado, o direito de arrependimento se configura em meio às vendas realizadas fora do estabelecimento empresarial, devendo ser compreendidas como vendas fora do estabelecimento as feitas por telefone, a domicílio, pela

internet ou outros meios de comunicação e em tais meios de vendas também, pode-se encontrar a modalidade de venda agressiva e o que conseqüentemente dará ao consumidor o benefício de exercer seu direito de arrependimento.

Nesse sentido, cumpre notar o que ensina Bruno Miragem sobre agressividade nas técnicas de venda para a realização do contrato de consumo:

A ratio da norma é a proteção do consumidor com relação às técnicas de pressão dos fornecedores para realização do contrato de consumo, de modo que mesmo a interpretação do que seja "fora do estabelecimento comercial" deve ser alargada, buscando assegurar o direito de arrependimento em situações nas quais, mesmo sendo a contratação realizada dentro de um estabelecimento comercial, o modo de contratação indica estratégia do fornecedor, visando à descaracterização desta circunstância. É o caso da contratação de time-sharing na qual o consumidor inicialmente era convidado para uma festa, que embora ocorrendo dentro do estabelecimento do fornecedor, encontrava-se descaracterizado como tal, e na qual o consumidor é submetido ao apelo de compra por horas, mediante a veiculação de vídeos, prospectos e outras técnicas de abordagem pelo fornecedor, inibindo sua decisão racional. Da mesma forma as vendas a domicílio, por suas características, agravam a situação de vulnerabilidade do consumidor. Tenha-se em consideração que nestas situações o consumidor encontra-se sozinho com o fornecedor, muitas vezes sem as precauções naturais em uma situação de venda, razão pela qual poderá ter dificuldades na comprovação futura dos termos da oferta para reclamação sobre vícios dos produtos ou serviços, assim como uma maior exposição com relação às estratégias de marketing e vendas a serem adotadas. (MIRAGEM, 2016, p. 561-562, grifo nosso).

Repise-se que o pressuposto básico da existência do direito de arrependimento conferido pelo art. 49 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) é a circunstância fática da contratação ter sido feita fora do estabelecimento comercial, contudo, exemplos como esses mencionados na citação acima, demonstram sobretudo a validade do direito de arrependimento, em qualquer circunstância fática que não ocorra dentro dos limites legais de proteção ao consumidor, pois nos exemplos supra, não aplicar o direito de arrependimento seria agir contra o consumidor, uma vez que coagido ou influenciado por uma técnica agressiva de venda, seguiria lesado em seus recursos financeiros, por ser vítima de uma conduta desproporcional do fornecedor.

Nesse contexto, cumpre informar que os aspectos relativos ao surgimento e regulamentação do direito de arrependimento, além de ter o intuito de dar proteção natural advinda da distância existente entre o consumidor e o produto ou serviço adquirido fora do estabelecimento, a lei ampara ao consumidor que compra por impulso. (NUNES, 2018, p. 485).

Como se vê, a abordagem do direito de arrependimento traz um vasto elenco de hipóteses de sua aplicação. Nesse diapasão tomando por base as lições extraídas da obra de

Rizzatto Nunes, veja-se exemplos de contratações efetuadas fora do estabelecimento comercial em que o direito de arrependimento poderá ser exercido pelo consumidor:

a) os contratos de consumo realizados em seu domicílio ou resultantes da venda de porta em porta; b) contratos de consumo realizados por telefone decorrentes das vendas por telemarketing ou, ainda, das ofertas em veiculadas por TV, sites na Internet, mala direta, dentre outros; c) contratos de consumo realizados por correspondência decorrentes de repostas do consumidor a ofertas usualmente feitas por mala direta; d) contratos de consumo resultantes de vendas emocionais de time-sharing ou multipropriedade; e por último, o objeto deste trabalho, e) contratos de consumo realizados por meio eletrônico, isto é, os contratos eletrônicos de consumo efetuados pela Internet, pelos caixas eletrônicos, pelos telefones celulares, pelo sistema de TV a cabo, dentre outros. (NUNES, 2018, p.484-492).

Além das hipóteses acima mencionadas é importante destacar que o CDC enumerou de forma meramente exemplificativa as formas de contratação fora do estabelecimento, devendo ser compreendida igualmente dentre elas as compras feitas pela internet que a propósito, tem sido o entendimento do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios (TJDFT) a respeito:

DIREITO CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. TRANSPORTE AÉREO. COMPRA DA PASSAGEM PELA INTERNET. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. RESTITUIÇÃO DO VALOR. 1 – Na forma do art. 46 da Lei 9.099/1995, a ementa serve de acórdão. Recurso próprio, regular e tempestivo. Pretensão indenizatória por danos materiais em razão da cobrança de multa de cerca de 70% após o pedido de cancelamento da compra de passagem aérea realizada pela internet. Recursos de ambos os réus, segundo e terceiro, visando à reforma da sentença de procedência parcial do pedido. 2 – Direito de arrependimento. Restituição do valor. A faculdade de desistir das compras fora do estabelecimento do fornecedor, prevista no art. 49 do CDC, aplica-se aos contratos de transporte aéreo concluídos por meio da internet. Ademais, o exercício do direito de arrependimento, por constituir faculdade do consumidor não o sujeita a aplicação de multa. Precedente na Turma: (Acórdão 1249830, 07029870220198070011, Relator: FABRÍCIO FONTOURA BEZERRA). No caso, os autores efetuaram a compra das passagens no dia 24/10/2019 e solicitaram o cancelamento após cerca de três dias, o que lhes daria direito ao reembolso integral do valor pago. Todavia, ante a ausência de recurso da outra parte, mantém-se a sentença. 3 – Recursos conhecidos, mas não provido. Custas e honorários advocatícios, fixados em 10% do valor da condenação, pelos recorrentes vencidos. (DISTRITO FEDERAL, 2020)

Assim, a par das incidências do direito de arrependimento nas hipóteses acima indicadas e sem querer esgotar a matéria sobre a aplicação desse instituto, a proposta deste trabalho é delimitar os aspectos gerais do conceito desse instituto dentro dos contratos de consumo realizados por meio eletrônico, demonstrando como ocorre na relação consumidor *versus* fornecedor dentro do universo consumerista praticado reiteradamente no comércio eletrônico (*e-commerce*).

Parte-se então à abordagem sobre o *e-commerce*.

2.2 O E-commerce

Comprar e vender produtos e serviços pela Internet, sem dúvidas é uma realidade inegável, e ganha cada vez mais espaço, tornando-se uma prática crescente na atualidade. No âmbito das relações de consumo virtuais há o chamado comércio eletrônico (e-commerce) e este está como uma das atividades de negócios que mais cresce no país.

Quando se fala em comércio eletrônico a primeira ideia que vem à cabeça é a realização de uma compra à distância e pela internet, só que o comércio eletrônico, *e-commerce* ou *electronic commerce* surgiu muito antes da internet, sendo seu surgimento no final da década de 1960, enquanto a internet surgiu apenas no início da década de 1990.

Nessa senda, é necessário analisar, em primeiro lugar, o que é comércio eletrônico e como bem menciona Guilherme Barzaghi Hackerott (2021, p. 18) "o comércio eletrônico surgiu nos Estados Unidos no final da década de 1960, e pode ser definido como a prática de transações comerciais em ambiente virtual, por intermédio da ajuda de meios eletrônicos".

O início dessa prática de transações comerciais em ambiente virtual não se tratava de uma tecnologia como a utilizada atualmente, por meio da rede mundial de computadores ou internet como veículo de comunicação, mas acontecia apenas em redes privadas de computadores que permitiam a realização de transações comerciais entre empresas (HACKEROTT, 2021, p. 18).

Neste mesmo sentido discorre Guilherme Barzaghi Hackerott:

As redes privadas se desenvolveram se utilizando de sistemas inovadores para a época, como o EDI (*Electronic Data Interchange* ou Intercâmbio Eletrônico de Dados) e o EFT (*Electronic Funds Transfer* ou Transferência eletrônica de fundos), os quais permitiram, pela primeira vez e respectivamente, a transferência eletrônica de ordens e faturas, usando um formato específico e padronizado de dados, e a transferência eletrônica de recursos financeiros. O EDI, também conhecido como *Electronic Data Interchange*, refere-se a uma tecnologia utilizada desde a década de 1960 para a troca de dados entre diferentes sistemas informatizados que permite [...] que as empresas possam transmitir entre si, em formato padronizado, informações de caráter comercial, fiscal e logístico. [...] O primeiro sistema de compra e venda on-line mais parecido com o comércio eletrônico atual só apareceu no ano de 1979. Esse foi criado por Michael Aldrich, um inglês inventor e empreendedor, que teve êxito ao conectar uma linha telefônica, a um televisor e a um computador que processava dados. (HACKEROTT, 2021, p. 18-20).

Assim, no período entre a década de 1960 e 1990 as realizações dessas transações à distância ficaram limitadas apenas às grandes empresas que tinham condições de comprar sistemas inovadores como esses supracitados, considerados revolucionários para a época e lembrados como marcos no desenvolvimento do comércio eletrônico para a realização dessas

transações, e à algumas pessoas físicas que puderam ter acesso a essas tecnologias e realizar essas transações.

Nota-se assim que apenas no início da década de 1990 surgiu a internet e a World Wide Web (WWW), que nada mais é do que as páginas que estão disponíveis para acesso à internet, em seguida, no ano de 1991, um ano após, "a NFS "National Science Foundation", agência governamental dos Estados Unidos, permitiu que as transações comerciais pudessem acontecer pela internet e ao mesmo tempo". (HACKEROTT, 2021, p. 21).

Esse foi considerado um grande incentivo para o desenvolvimento da indústria do comércio eletrônico, pois com o passar dos anos novas tecnologias foram surgindo, as quais garantiam, no primeiro momento, credibilidade e agilidade às transações realizadas pela internet.

Já no Brasil, na década de 1990, o desenvolvimento do comércio eletrônico enfrentou um cenário mais complicado, devido as linhas telefônicas e os computadores serem extremamente caros, haja vista que no início da década de 1990, o acesso era cobrado por minuto, e ao mesmo tempo, a cultura de compra à distância era realmente embrionária, porque o brasileiro desconfiava e não tinha a segurança que realmente receberia a mercadoria que estava adquirindo à distância. (HACKEROTT, 2021, p. 22).

Sobre o assunto, José Eduardo Costa dispõe em sua obra “Sem Limites: do pequeno comércio de sapatos ao maior e-commerce esportivo da América Latina - A história da Netshoes”:

Em meados da década de 1990, a internet já era popular nos Estados Unidos e rapidamente ganhava espaço nos escritórios e nas casas dos brasileiros. No Brasil, a varejista Americanas lançou seu site em março de 1996. No mesmo mês, a locadora de automóveis Localiza passou a reservar, alugar e vender carros em um balcão virtual. Uma reportagem publicada pela revista *Veja* em 21 de fevereiro de 1996 com o título de "Negócios eletrônicos" mostrava que havia no Brasil naquele momento 3 mil lojas brasileiras vendendo produtos pela internet e 180 mil brasileiros conectados à rede de computadores. Os analistas daquele que era considerado "um novo mercado" afirmavam na reportagem que os brasileiros ainda não tinham o hábito de fazer compras pela internet, mas "há bons indícios de que o potencial do comércio eletrônico é explosivo". (COSTA, 2017, p. 53).

Em maio de 1995 o Ministério das Comunicações Brasileiro passou a permitir a realização de práticas comerciais pela internet e, em 1998 passou a ser permitida a cobrança do acesso à internet, passando esta a ser feita por pulso telefônico, e não mais por minutos, o que barateou o acesso. Já nos anos 2000 surgiram os navegadores gratuitos que foi mais um fator que impulsionou o desenvolvimento da internet. (HACKEROTT, 2021, p. 22-23).

E com o passar dos anos com o surgimento de novas tecnologias, certificados de segurança, com a experiência do usuário, cada vez sendo mais positiva, enfim, a internet no Brasil se desenvolveu e o comércio eletrônico também. E atualmente continua crescendo, nessa perspectiva, vale mencionar o que segundo estudo realizado pela Kearney, Consultoria global de gestão estratégica, em 2020, o comércio eletrônico deve registrar um faturamento de aproximadamente R\$ 111 bilhões no Brasil. Esse valor é de 49% superior ao registrada em 2019, quando faturou R\$ 75 bilhões. (BOWLES, 2020).

Ocorre que com as restrições impostas para a contenção do vírus, como o isolamento social, as pessoas tendo que ficar em suas casas, o e-commerce entrou de vez na vida dos consumidores, podendo-se concluir que a expansão do E-commerce foi potencializada em 2020 pela pandemia do Covid-19.

Conforme, demonstra dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico apenas no período de janeiro a agosto o faturamento do varejo digital brasileiro cresceu 56,8% em relação aos meses de 2019 e chegou a R\$ 41,92 bilhões. (ABCMM, 2020).

Feita essa breve contextualização, é relevante os conceitos de comércio eletrônico apresentados por Peixoto, demonstrados a seguir:

1) Conceito técnico – comércio eletrônico é uma combinação de tecnologias, aplicações e procedimentos negociais que permitem a compra e venda on-line de bens e serviços entre governos, sociedades, corporações privadas e o público. Antes do fenômeno da Internet, o meio mais utilizado era o EDI (Electronic Data Interchange). 2) Conceito econômico – comércio eletrônico é a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócios, realização esta efetuada no ambiente digital. 3) Conceito administrativo (privado) – comércio eletrônico é um termo genérico que descreve toda e qualquer transação comercial que se utiliza de um meio eletrônico para ser realizada. Com o uso de tecnologia se obtém a otimização do relacionamento da cadeia de suprimentos até o ponto de venda, bem como a melhora da comunicação entre a empresa e o cliente final. 4) **Conceito jurídico – comércio eletrônico é a atividade comercial explorada através de contrato de compra e venda com a particularidade de ser este contrato celebrado em ambiente virtual, tendo por objeto a transmissão de bens físicos ou virtuais e também serviços de qualquer natureza.** (PEIXOTO, 2001. p. 10, grifo nosso).

Desse modo, um dos principais aspectos a ser considerado para fins do conceito jurídico de comércio eletrônico são os modelos pelos quais o comércio eletrônico se realiza. Existem várias tipologias de comércio eletrônico, mas a atenção vai se voltar quando houver efetivamente pelo menos um consumidor que integre essas relações que vão se estabelecer por intermédio de sites e aplicativos.

Nesse sentido, é importante identificar nessas dinâmicas as definições de consumidor que o CDC estabelece que será o consumidor padrão e os casos que essa qualificação jurídica é estendida, ou melhor, ela é equiparada em determinadas situações.

Assim, corroborando com a conceituação das modalidades de comércio eletrônico (e-commerce), discorre Igor Bastos que:

São diversos os tipos de comércio eletrônico, os que mais são utilizados são o B2C; B2B; C2C. 1) O B2C, sigla em inglês para business to consumer, que nada mais é do que a relação comercial virtual de uma empresa com um consumidor, vem crescendo exponencialmente, diante do bombardeio de publicidades das empresas nas redes sociais, atraindo diversos tipos de clientes de uma só vez. 2) O B2B, sigla em inglês para business to business, é a relação consumerista entre empresas, de um lado da relação está a que vende determinado produto ou serviço por meio virtual, e do outro lado está uma empresa que necessita deste determinado produto ou serviço. 3) Por último, mas não menos importante, temos o C2C, que é a sigla em inglês para consumer to consumer, que novamente nada mais é do que a relação comercial entre dois consumidores, que vem crescendo muito recentemente através de plataformas virtuais que facilitam a interação entre estes dois consumidores, como por exemplo Buscapé e Mercado Livre. (BASTOS, 2020, p.10).

Desta maneira, pode-se observar que, a categoria Business to Consumer (B2C) trata-se da relação comercial realizada entre uma empresa e o consumidor final, é a mais utilizada, tendo suas tratativas direta do mercado com o consumidor, pelo próprio relacionamento, comunicação e o marketing. Enquanto, a categoria Business to Business (B2B) é formalizada entre as empresas, trata-se da venda entre duas pessoas jurídicas, em que os objetos das negociações são desde a matéria-prima, insumos até consultoria, suporte de TI, entre outros.

No que tange, a categoria Consumer to Consumer (C2C) a relação comercial se dá entre consumidores, trata-se da relação entre consumidores que se utilizam de inúmeras plataformas que disponibilizam espaço para estes comercializarem através de trocas e vendas de produtos, como é o caso do Mercado Livre, OLX, Shoptime, entre outros.

Além dessas três modalidades já percorridas, aponta Guilherme Barzaghi Hackerott para mais duas outras principais classificações do comércio eletrônico que são:

CONSUMER TO BUSINNES (C2B): A relação comercial nessa categoria se dá entre consumidores e empresas, de maneira inversa ao previsto no B2C. Ou seja, quando pessoas físicas realizam vendas para pessoas jurídicas. BUSINESS ADMINISTRATION (B2A): Envolve relações comerciais entre empresas e a administração pública ou serviços para o governo é necessário estar cadastrado em um sistema nacional de fornecedores, não ter pendências fiscais ou trabalhistas, participar e vencer processos licitatórios. (HACKEROTT, 2021, p. 25).

Como visto, por meio dessas séries de classificações que o comércio eletrônico possui com seus critérios de diferenciação dos agentes envolvidos na relação comercial, o comércio eletrônico é alvo de crescimento e cumpre notar que este crescimento mantém relação direta com o desenvolvimento tecnológico e como esse se mantém em ascensão, a tendência é que o comércio eletrônico continue a desenvolver práticas bem fortes de

crescimento e desenvolvimento, assim não restam dúvidas que há a necessidade de uma regulamentação cada vez mais concatenada quanto à essas práticas comerciais, afim de evitar problemas futuros correspondentes à essa relação de consumo.

Em meio a esse cenário das modalidades de comércio eletrônico, também vale destacar o conceito e a distinção entre *e-commerce* puro e o *marketplace*, haja vista que tanto *e-commerce* puro quanto *marketplace* são comércios eletrônicos, todavia em relação a este último, pode-se dizer que é a evolução do primeiro. (HACKEROTT, 2021, p. 26).

Ao discorrer sobre o assunto, Guilherme Barzaghi Hackerott apresenta a seguinte diferenciação:

Na prática, *e-commerce* puro é quando uma empresa organiza um site próprio para vender seus produtos ou serviços on-line, cuidando de todo o processo, desde a compra até a entrega. Ou seja, nesse modelo a negociação é direta entre a loja virtual e o consumidor final. Outra característica do *e-commerce* puro é que a marca só vende ao consumidor o que ela tem em seu estoque próprio e o que faz parte do seu catálogo de produtos ou serviços. [...] No entanto, o *marketplace* é a opção de ingressar e oferecer produtos ou serviços em um site ou canal digital que já tenha ampla visibilidade, pois este já investiu muitos recursos em sua divulgação, já conhecido do público em geral e o qual já passa segurança e a credibilidade de uma marca conhecida e consolidada. [...] Grandes varejistas perceberam que poderiam ganhar mais se passassem a vender também produtos de terceiros em suas plataformas, cobrando comissões pela intermediação e sem ter o custo logístico e de armazenagem. (HACKEROTT, 2021, p. 26-27).

Portanto, observa-se que o *Marketplace* é também um tipo de comércio eletrônico, podendo dizer que é uma evolução do *e-commerce* puro, em que se configura como plataforma on-line que reúne vários vendedores ou fornecedores em um site, onde varejistas oportunizam a terceiros a venda de seus produtos, como é o exemplo das grandes empresas: Magazine Luiza, Americanas, Submarino, Ponto Frio, Casa Bahia e tantas outras que seguem essa tendência de modelo de comércio eletrônico, o que só fomenta a necessidade da proteção jurídica com normas aplicáveis às relações virtuais de consumo de maneira efetiva e eficiente.

Assim, cotejando a presente seção, de forma a externar as principais questões referentes ao comércio eletrônico, sobretudo no campo objeto deste trabalho que é com relação ao conceito jurídico de comércio eletrônico, pode-se inferir que esta modalidade de negócio, por ter toda a celebração e transação econômica de valores ocorrendo no meio virtual é que torna-se importante um amparo legal que regulamente essas tratativas.

Frise-se, por oportuno, que o Comércio Eletrônico como comércio por operação via Internet já é uma realidade assumida pela sociedade digital como um novo formato de

negócios, seja se o veículo de transação eletrônica é um computador, um celular ou dispositivo de comunicação móvel, ou a televisão.

Neste contexto, menciona Patrícia Peck Pinheiro (2013, p. 56) que "uma das primeiras mudanças trazidas pelas práticas comerciais eletrônicas é a de conceito de produto. Este, em alguns casos, deixa de ter um aspecto físico, palpável, e passa a assumir a forma de serviço acessado, como já ocorre com livros (e-book) e música (mp3)". Portanto, diante das tratativas comerciais no ambiente virtual, para se ter o bom funcionamento do comércio eletrônico deve-se aplicar a legislação vigente e algumas exigências de transparência e segurança que devem ser seguidas pelas empresas que operam nesse terreno.

Nessa perspectiva, visto que o próprio Direito do Consumidor tem como objetivo regular as relações de consumo existente entre fornecedor e consumidor, e os artigos 2º e 3º do CDC estabelece que a relação de consumo é formada pela união do consumidor e fornecedor em lados antagônicos e com fulcro objeto: produtos ou serviços, assim, os limites para ambas as partes devem ser observados, afim de evitar o cerceamento da liberdade comercial seja do consumidor, seja do fornecedor.

No Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) a expressão "comércio eletrônico" não foi prevista, contudo, ao tratar do direito de arrependimento, que é o tema objeto deste trabalho, deixa expresso na redação do seu art. 49 no sentido de que as vendas efetuadas fora do estabelecimento comercial podem ser canceladas no prazo de sete dias.

Ao falar em estabelecimento comercial para fins de comércio eletrônico, inicialmente, é importante observar que há diferentes tipos de empresas, sendo a primeira referente ao modelo primário e tradicional que são empresas reais com localização física, estabelecimento comercial físico, no entanto, no que se refere ao comércio eletrônico há empresas virtuais que podem ter por base um modelo de negócio adaptado do mundo real, dessa forma, são consideradas uma extensão da empresa virtual, assim como há empresas virtuais que não conseguem assinar um contrato de locação de imóvel, ou seja, não têm um estabelecimento comercial físico, uma localização física, e assim são apenas empresas virtuais.

Desse modo, ressalta Patrícia Peck Pinheiro:

Empresa Virtual não é o mesmo que extensão virtual de empresa real. Enquanto esta se refere a empresas que efetivamente existem no mundo real, física e juridicamente, aquela muitas vezes não conta sequer com uma sede física. Então, a primeira questão que se coloca quando falamos de empresas virtuais é definir sua existência jurídica, conforme os termos do Art. 45 do Código Civil que trata do procedimento para a existência legal das pessoas jurídicas de direito privado. (PINHEIRO, 2013, p. 52).

Assim cumpre destacar, que apesar do formato que a empresa venha a assumir, se o da modalidade de empresa real, ou na modalidade de empresa digital, sendo empresa virtual ou de extensão virtual de empresa, haverá problemas e desafios que se aplicam a qualquer empresa, e quando do ambiente virtual, seja na Internet, seja na convergência de novas mídias, tais transações vão requerer um formato jurídico com normas mais específicas que atendam às particularidades dessas empresas que trabalharão exclusivamente com e-commerce.

Há quem diga ser desnecessária uma legislação específica sobre o setor capaz de acompanhar sua evolução tecnológica, no entanto, as normas-padrão e a legislação brasileira promulgada para abordar esse tipo de comércio são no sentido de orientar, a fim de proporcionar maior segurança das operações entre os participantes.

Posto isto, convém anotar que da mesma forma que o Código de Defesa do Consumidor se aplica às compras reais, também é aplicável para as compras realizadas em ambiente virtual, é o que pode-se inferir do que estabelece o art. 49 do texto legal.

De acordo com a legislação brasileira, as normas que dão guarida ao comércio eletrônico é tanto o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, como também a Lei 12.965/2014, conhecida como Marco Civil da Internet, bem como o Decreto nº 7962 de 15 de março de 2013 que regulamenta o CDC para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

No entanto, o Decreto nº 7962 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, dessa forma, volta-se para a efetivação e facilitação do exercício dos direitos dos consumidores nos aspectos considerados prioritários para sua proteção na relação de consumo eletrônica (BESSA e MOURA, 2014, p. 216).

Primeiramente, pode-se destacar o artigo 1º do Decreto nº 7.962/2013, mais conhecido como “lei do E-commerce brasileiro”, cuja regulação abrange três aspectos principais: o direito à informação clara por ocasião da oferta (I - informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor); a contratação (II - atendimento facilitado ao consumidor); e direito de arrependimento (III - respeito ao direito de arrependimento).

Sendo, o direito de arrependimento o objeto deste trabalho, frisa-se que o direito de arrependimento foi inicialmente descrito no CDC em seu art.49 e reiterado no que diz respeito ao comércio eletrônico pelo Decreto nº 7962/13, no art. 1º, III.

Desse modo, em relação ao direito de arrependimento e o comércio eletrônico, a doutrina brasileira tece discussões a respeito da aplicabilidade deste recurso, neste sentido denota Flávio Tartuce que:

As contratações no comércio eletrônico deverão observar o cumprimento das condições da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação (art. 6º). O desrespeito a qualquer uma dessas regras enseja o fornecedor a penalidades administrativas tratadas pelo Código de Defesa do Consumidor (art. 7º). (TARTUCE, 2021, p. 111).

Dito isso, é importante inferir que, o comércio eletrônico, contudo, sob a óptica jurídica, ainda apresenta alguns problemas relevantes, sobretudo quanto à interpretação e à aplicação do ordenamento pátrio vigente às novas situações nascidas em seu ambiente. Dentro deste contexto, destaca-se o chamado direito de arrependimento em circunstâncias pontuais. Portanto, passa-se à tecer, a seguir, mais posicionamentos sobre o tema.

2.3 Da Prática do direito de arrependimento dentro do E-commerce

Conforme já abordado anteriormente, da mesma forma que o Código de Defesa do Consumidor se aplica às compras reais, é também aplicável para as compras realizadas em ambiente virtual, por isso o direito de arrependimento, previsto nos termos do art. 49 do CDC, que "nada mais é do que o consumidor que desiste de uma compra, feita online, isto é, fora do estabelecimento comercial, podendo fazê-lo sem qualquer ônus e dentro do prazo de, pelo menos, sete dias" (PINHEIRO, 2013, p. 60), também será aplicável ao comércio eletrônico.

Sendo que, há uma série de regras válidas para o ambiente virtual, pois uma coisa é falar do direito de arrependimento olhando para a vulnerabilidade do consumidor diante das atividades realizadas no comércio eletrônico, haja vista ser fora do estabelecimento comercial físico, sem ter este a oportunidade de contato com os produtos ou serviços contratados, outra é verificar neste mesmo consumidor um abuso em relação ao exercício desse direito, se valendo dessa prerrogativa para aplicá-lo de maneira injusta, irregular ou ilegal, sem nenhuma correspondência concreta com o intuito do diploma legal inerente a esse direito.

Neste contexto, reitera-se que, diante de questões relacionadas à prática do direito de arrependimento e o comércio eletrônico (E-commerce), especialmente quando se tratar do exercício do direito de arrependimento, faz-se necessário analisar caso a caso para verificar a possibilidade de ocorrer sua aplicação em abuso ao caso concreto.

No que se refere ao direito de arrependimento, pelo diploma legal do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, destaca-se como ato contínuo, como preceitua o parágrafo único do referido artigo que, se o consumidor exercer tal direito, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos de imediato, monetariamente atualizados, o que visa a afastar o enriquecimento sem causa ou indevido.

No entanto, o mesmo dispositivo impõe um limite temporal de 7 dias. Ocorre que, deve o consumidor, ao exercer o direito de arrependimento, fazê-lo de maneira inequívoca, pois ao se observar o referido diploma legal, pode-se tão logo concluir que toda vez que as vendas forem realizadas fora do estabelecimento empresarial, o consumidor poderá exercer o seu direito de arrependimento dentro do prazo de reflexão (7 dias), devendo ser restituído dos valores que eventualmente tiver adiantado.

Vale destacar também o que ensina Guilherme Mucelin ao abordar as condições de exercício do direito de arrependimento pelo consumidor, estabelecendo que:

Como não há, no CDC, limitações ao exercício do direito de arrependimento, em rigor, devem as partes voltar ao *status* anterior à transação, com o consumidor restituindo a coisa objeto do contrato nas mesmas condições nas quais lhe foi entregue, inclusive com acessórios se houver - o que não significa que haja vedação ao manuseio do objeto ou lhe ter retirado embalagens ou invólucros -, bem como com a garantia de que os valores eventualmente pagos, sob qualquer título durante o prazo de reflexão, deverão ser devolvidos de imediato e monetariamente atualizados pelo fornecedor (art. 49, parágrafo único, CDC). (MUCELIN; 2021, p. 129).

Assim, ao contemplar o exercício do direito de arrependimento nas relações de consumo, seja no ambiente físico ou virtual, presume-se a boa-fé tanto na palavra do fornecedor em prol dos consumidores, que estes estejam bem informados para que haja uma verdadeira economia de mercado, tanto por parte do consumidor que não pode se valer desse direito incentivado pelo oportunismo e à má-fé somente para obter vantagem econômica.

Se por um lado é verdade que é defeso ao consumidor danificar o produto ou utilizá-lo parcialmente e após, dentro do prazo, retorná-lo ao fornecedor, por outro lado, observa-se que caso essas hipóteses se concretizem, potencialmente caberá ao fornecedor o direito de exigir do consumidor o valor correspondente à reparação do desgaste ou dos danos decorrentes, levando-se em conta o equilíbrio contratual, a vedação de enriquecimento sem causa (art. 884, CC) e o princípio da boa-fé objetiva. (MUCELIN, 2021, p. 129).

Diante disso, pode-se constatar que é viável submeter o instituto do direito de arrependimento ao crivo da Legislação Consumerista brasileira e suas regulamentações, pois a legislação possui orientações, vetores normativos que serão utilizados pelo intérprete no momento da aplicação, em virtude da dialética do Direito.

Todavia, em se tratando de direito de arrependimento, como o próprio CDC não aborda limitações ao exercício desse direito, em alguns casos concretos o aplicador do Direito deve buscar confrontar os limites desse direito para determinar o real alcance e as possibilidades de arrependimento do consumidor no comércio realizado eletronicamente.

Ao falar sobre o direito de arrependimento, bem denota Rafael Gonçalves que:

A existência deste direito dentro do comércio eletrônico é justificada pela forte influência da propaganda digital que oferece ofertas diversas das que as lojas físicas oferecem, levando o consumidor a não refletir sobre a necessidade-utilidade do produto ou serviço pretendido, além da falta de contato com o produto que inibe a experiência inicial com o mesmo. A discussão sobre este instituto se dá pela divergência de entendimento doutrinário. (GONÇALVES, 2017, p.71).

Sendo assim, não há dúvidas na validade do instituto, todavia com o avanço da tecnologia e das mídias sociais, o uso da internet como ferramenta de trabalho, negociações, vendas, entre outras coisas, fica cada vez mais comum a utilização do canal eletrônico e, conseqüentemente o surgimento de demandas jurídicas para firmar até que ponto prevalece esse direito de arrependimento do consumidor perante as movimentações do comércio eletrônico.

Nesse prisma doutrinário acerca do e-commerce e direito de arrependimento, estabelece Bruno Miragem que:

Observe-se, contudo, que é **pressuposto básico da existência deste direito a circunstância fática da contratação ter sido feita fora do estabelecimento comercial**, tratando o legislador de exemplificar situações como as contratações celebradas por telefone ou a domicílio (door-to-door), ao que hoje se pode acrescer as realizadas via Internet assim com as realizadas há muito tempo em via pública, mediante abordagem direta do consumidor (MIRAGEM, 2016, p.416, grifo nosso).

Aliado a este entendimento está o ensinamento de Flávio Tartuce, expondo que:

Diante **da boa-fé objetiva, o fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor, o que pode ser efetivado pela mesma ferramenta utilizada para a contratação**, sem prejuízo de outros meios disponibilizados. O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor, devendo ser comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que o negócio seja desfeito e os valores sejam devolvidos (art. 5º do Decreto 7.962/2013). (TARTUCE, 2021, p. 110, grifo nosso).

Dessa forma, não restam dúvidas que tanto o consumidor, quanto o fornecedor precisam adotar uma postura de cumprir com seus deveres na relação de consumo no comércio eletrônico, pois do contrário recairá para a parte imprudente a medida também imposta pela legislação consumerista.

No caso, percebe-se que, na prática, o exercício do direito de arrependimento se opera em meio à incontáveis situações em que o Direito tem que ser aplicado em harmonia com inovações tecnológicas, mas há outras que se tornam praticamente inexecutáveis, devido à causas igualmente tecnológicas, assim convém destacar os exemplos de algumas dessas situações que discorre Marcelo Barreto de Araújo:

Por exemplo, se um consumidor pretender exercer o direito de arrependimento depois de ter visto um filme pelo “Now”, serviço fornecido pela NET, ou depois de ler um “e-book” baixado por download. Seria o mesmo que alguém se arrepender de uma refeição já consumida, solicitada, via telefônica, para serviço de entrega em domicílio (“delivery”), só porque a contratação do produto e do serviço foi realizada “fora do estabelecimento comercial”, nos termos do artigo 49 da Lei 8.078/90. (ARAÚJO, 2017, p. 130).

Casos como esses supracitados demonstram sensivelmente a ponderação quanto ao exercício do direito de arrependimento no que pese o ambiente de comércio eletrônico, além de trazer um olhar ainda mais sensível para a necessidade de haver a mitigação quanto ao exercício desse direito, caso a caso, ainda mais quando o comerciante *on-line* perceber que o consumidor é incentivado pelo oportunismo e à má-fé, e assim, seria uma medida de remediar para não ocorrer o prejuízo econômico sofrido pelo fornecedor ou comerciante virtual quando do efetivo registro de tais casos.

O próprio período da pandemia do coronavírus (Covid-19) despertou um novo olhar para o exercício do direito de arrependimento na seara consumerista, como será abordado, mais à frente neste trabalho, mas desde logo, frisa-se que a Lei nº 14.010, de 10 de junho de 2020, a qual dispunha sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período pandêmico supramencionado, estabeleceu limitação ao direito de arrependimento quando as relações de consumo, principalmente em relação as vendas pela internet e as entregas à domicílio dos produtos, popularmente conhecidos como delivery.

Nessa senda, é interessante destacar o entendimento que se extrai das lições de Bruno Miragem:

No tocante ao comércio eletrônico de consumo, pela Internet, a situação de maior vulnerabilidade do consumidor em relação ao fornecedor se estabelece em vista da resolução do contrato, especialmente pelo exercício do direito de arrependimento (artigo 49 do CDC) **ou de descumprimento contratual (de modo mais comum, por vício do produto ou do serviço, artigos 18 e 20 do CDC, ou por descumprimento da oferta, artigo 35 do CDC)**. Esta situação de vulnerabilidade agravada decorre do fato da distância entre os contratantes e a necessidade de providências do fornecedor visando assegurar efetividade ao direito de extinguir o contrato, como é o caso de assegurar condições para a devolução do produto, a suspensão do débito do consumidor, correção do vício do produto ou do serviço, ou a devolução de valores pagos. Nas situações em que a resolução do contrato

implique na devolução de produto, aliás, é correto, em vista do princípio da efetividade do direito do consumidor, que a negativa do fornecedor em responder pelas providências de reenvio, quando cabível, implique caracterizar tal conduta como descumprimento contratual (MIRAGEM, 2016, p.557).

Posto isso, observa-se que se em uma relação de consumo no comércio eletrônico as tratativas estão de acordo com o cumprimento contratual, não tendo vício do produto ou do serviço, bem como há o cumprimento da oferta, então, se o consumidor por bel prazer exercer o direito de arrependimento, não atende a uma situação de maior vulnerabilidade do consumidor em relação ao fornecedor, pelo contrário, neste caso pode-se constatar que a situação expõe onerosamente o fornecedor à prejuízos em seu negócio.

Dito isto, cumpre asseverar que, a ausência de motivação do consumidor quando do exercício de seu direito de arrependimento, não é para produzir efeitos à medida de seus caprichos, mas sim tem por finalidade impedir que o fornecedor possa evitar ou dificultar o exercício do direito.

Por esta razão, o exercício do direito de arrependimento no comércio eletrônico ainda é alvo de questionamentos, sobretudo na seara jurídica, como bem aponta Rafael Gonçalves, uma síntese dos entendimentos doutrinários quanto à abrangência desse instituto no comércio eletrônico:

O primeiro entendimento reza que o direito de arrependimento no comércio eletrônico não abrange os serviços prestados, ou seja, se contratado um tipo de serviço on-line, como por exemplo download, não se poderá usar o direito de arrependimento, já que o produto foi consumido e usufruído, no caso, o serviço. O segundo já dirá que é válido o direito de arrependimento, alegando que este se estende aos serviços eletrônicos. Ainda assim, há uma terceira corrente de pensamento que diz que o usuário tem o direito de arrependimento e que o consumidor deve arcar com os ônus e bônus deste processo. (GONÇALVES, 2017, p.71).

Portanto, a análise quanto a abrangência do exercício direito de arrependimento no comércio eletrônico é mais ampla do que pode-se pensar, ao passo que quando há o surgimento de novas demandas nesse ambiente de comércio virtual, faz-se um também necessário uma nova reflexão para sua forma de abordagem, sendo relevante informar aqui que a liberdade de consumo posta ao consumidor, bem como a exploração econômica e o livre mercado vão gerar deveres e responsabilidades sociais para os sujeitos dessa relação de consumo. E o exercício de direitos não podem acarretar em abuso desse direito e gerar prejuízos as outros envolvidos na mesma situação-fática.

Nessa seara, a mensagem mais clara que pode-se destacar é que proteger, respeitar os direitos e facilitar a resolução dos problemas inerentes ao consumo, não devem ser encarados como um custo, mas como uma estratégia de crescimento dos negócios no meio

virtual. Assim, parte-se então à abordagem acerca de práticas abusivas no uso do direito de arrependimento nas relações consumeristas de e-commerce.

3 A PRÁTICA ABUSIVA NO USO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS DE E-COMMERCE

O debate acerca de práticas abusivas no que tange ao uso do direito de arrependimento possui conexão não somente com a legislação consumerista, mas faz-se necessário olhar para os conceitos estabelecidos pelo Código Civil de 2002 para melhor entender e considerar o valor desse instituto nas relações de consumo de comércio eletrônico.

Logo, tem-se que o Código Civil de 2002 representa uma verdadeira mudança na forma de regular as relações privadas, como bem comenta Rodrigo Fernandes Rebouças (2021, p. 192) a respeito disso que "não mais admitindo a visão individualista e atomista típica das condições oitocentistas, para passar a proteger a ética, a função social e o reconhecimento dinâmico no trato das relações obrigacionais" e principalmente a análise e a confirmação das intenções das partes por meio da verificação dos comportamentos concludentes (art. 113, § 1º, I, CC/02).

Nesse sentido, faz-se importante mencionar o que Miguel Reale nos apresenta no Código Civil de 2002:

Quando entrar em vigor o novo Código Civil, a 10 de janeiro de 2.003, perceber-se-á logo a diferença entre o código atual, elaborado para um País predominantemente rural, e o que foi projetado para uma sociedade, na qual prevalece o sentido da vida urbana. Haverá uma passagem do individualismo e do formalismo do primeiro para o sentido socializante do segundo, mais atento às mutações sociais, numa composição equitativa de liberdade e igualdade. Além disso, é superado o apego a soluções estritamente jurídicas, reconhecendo-se o papel que na sociedade contemporânea voltam a desempenhar os valores éticos, a fim de que possa haver real concreção jurídica. Socialidade e eticidade condicionam os preceitos do novo Código Civil, atendendo-se às exigências de boa-fé e probidade em um ordenamento constituído por normas abertas, suscetíveis de permanente atualização. (REALE, 2002).

É baseado nestas palavras mencionadas por Miguel Reale em seu breve artigo sobre o sentido do Código Civil, que, ressalta-se a presença de princípios norteadores do Código Civil, dentre eles "a socialidade, a eticidade e a operabilidade" (REBOUÇAS, 2021, p. 193) a suposição de um Código Civil que não admite mais uma visão individualista, formalista e isolada da realidade social, dos usos e costumes locais é bem-vinda, pois é marcante o moderno direito dos contratos e, dessa forma, compreende-se como fundamental uma abordagem sistemática hermenêutica para observar a interpretação contratual frente a esses princípios norteadores.

Portanto, diante dessa contextualização, será necessário compreender, em primeiro lugar, o que é abuso de direito, ou ainda, como o ato ilícito pode configurar abuso de

direito, em seguida, passa-se a verificar quais os elementos para a configuração do abuso de direito até chegar nas consequências advindas da violação, para tanto, segue-se tecendo traços e pontos importantes nos campos: legal, doutrinário e jurisprudencial, visando elucidar e marcar posição no tocante ao abuso de direito no exercício do direito de arrependimento dentro das relações consumeristas praticadas no âmbito do comércio eletrônico (E-commerce).

3.1 O abuso de direito

No campo legal, dentre as inovações do Código Civil de 2002, pode-se destacar o artigo 187, cuja redação é a seguinte: “também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes”. Trata o referido artigo da figura do abuso do direito, agora expressamente consagrado pelo legislador brasileiro.

No Código Civil de 1916 o instituto em baila não foi previsto, contudo, apesar da omissão do legislador civil, a doutrina brasileira, por meio de uma interpretação *a contrario sensu*, passou a prevê-lo no artigo 160, I, segunda parte, que estabelecia: “não constituem atos ilícitos: I – os praticados em legítima defesa ou no exercício regular do direito”. Tratava-se, pois, de uma interpretação lógica e objetiva, onde se restava preconizado que não constitui ato ilícito o exercício regular de um direito reconhecido, de outra sorte, reconhecia-se como ato ilícito o seu exercício irregular, diga-se, aquele ato fora dos padrões normais estabelecidos em lei.

Mesmo frente aos esforços da doutrina brasileira, bem como doutrina e jurisprudência estrangeiras, o tema não conseguiu a relevância ou atenção que merecia. O novel Código Civil, como referido, diferentemente do anterior, inspirado no Código Civil português, estabelece de forma clara a figura do abuso do direito, em seu artigo 187.

Portanto, constata-se que em nosso direito ficou consagrado que o exercício “irregular” de um direito constitui ato ilícito, dessa forma pode-se dizer que o abuso de direito é tratado como ato ilícito e suas consequências são as mesmas do ato ilícito. (VENOSA, 2019, p. 597).

Pondera Carlos Roberto Gonçalves (2020, p. 528) que "ato ilícito é, portanto, fonte de obrigação: a de indenizar ou ressarcir o prejuízo causado. É praticado com infração a um dever de conduta, por meio de ações ou omissões culposas ou dolosas do agente, das quais resulta dano para outrem".

Nessa perspectiva, nota-se que o art. 186 do Código Civil de 2002 aperfeiçoou a noção de ato ilícito ao estabelecer que o pratica quem "violou direito e causou dano a outrem", assim à proporção em que um dever jurídico é violado, têm-se o efeito do elemento subjetivo da culpa, todavia carece da verificação do prejuízo para que se tenha a responsabilidade quanto à indenização.

Uma vez que o abuso de direito é tratado como ato ilícito, faz-se importante mencionar que o sentido do vocábulo abuso abrange a noção de excesso, e de maneira geral compreende o aproveitamento de uma situação contra pessoa ou coisa, consoante a isso bem denota Sílvio Venosa (2019, p. 594) que "juridicamente, abuso de direito pode ser entendido como o fato de se usar de um poder, de uma faculdade, de um direito ou mesmo de uma coisa, além do que razoavelmente o Direito e a sociedade permitem".

Sob a perspectiva da responsabilidade civil, há quase sempre a noção de culpa, no abuso de direito, ora, daí classificar-se as teorias positivadas a respeito do abuso de direito como teoria da culpa ou subjetiva, e teoria objetiva ou do risco.

Nesse contexto, Carlos Roberto Gonçalves ao falar da teoria clássica, também chamada de subjetiva estabelece que:

A teoria clássica, também chamada de teoria da culpa ou subjetiva, pressupõe a culpa como fundamento da responsabilidade civil. Em não havendo culpa, não há responsabilidade. Diz-se, pois, ser subjetiva a responsabilidade na ideia de culpa. A prova da culpa (em sentido lato, abrangendo o dolo ou a culpa em sentido estrito) passa a ser pressuposto necessário do dano indenizável. (GONÇALVES, 2020, p. 534).

Pelo exposto, nota-se que para a teoria subjetiva, é exigido o elemento culpa para caracterizar o abuso do direito. Além disso, também é possível observar a necessidade de haver a intenção e finalidade específicas de prejudicar e causar dano a um terceiro no exercício de um direito subjetivo.

Por outro lado, a teoria objetiva, destitui o elemento de culpa para caracterizar esse abuso do direito, por essa corrente compreende-se que o abuso de direito ocorre quando este é exercido fora de sua normalidade, excedendo-se dentro de sua finalidade social, de boa-fé e bons costumes.

Nesse sentido, ensina Carlos Roberto Gonçalves que:

A responsabilidade é legal ou objetiva, porque prescinde da culpa e se satisfaz apenas com o dano e o nexo de causalidade. Esta teoria, dita objetiva ou do risco, tem como postulado que todo dano é indenizável, e deve ser reparado por quem a ele se liga por um nexo de causalidade, independentemente de culpa. Nos casos de responsabilidade objetiva, não se exige prova da culpa do agente para que seja obrigado a reparar o dano. (GONÇALVES, 2020, p. 534).

Dessa forma, compreende-se, então, que a teoria objetiva nega a existência da doutrina subjetiva, não tendo assim o elemento da culpa para caracterizar esse abuso de direito, entretanto conta com o dano e o nexo de causalidade.

Importante também mencionar que o tema do abuso de direito é de suma relevância, visto que no cotidiano nota-se situações abusivas a todo o momento, e saber, a extensão do conceito de responsabilidade civil, qual teoria utilizar na tomada de decisão é uma forma de melhor regular os efeitos do abuso, quando este é uma transgressão de um direito e assim, suas consequências deverão ser assemelhadas às do ato ilícito, o que consequentemente resultará na obrigação de indenizar.

Da leitura do artigo 186 do Código Civil (CC) pode-se verificar o dolo e a culpa como fundamentos para a obrigação de reparar o dano, dessa forma tem-se que o Código Civil brasileiro filiou-se à teoria subjetiva, todavia, nota-se por meio de outros dispositivos, que não há prejuízo da adoção da responsabilidade objetiva independentemente de culpa, como, por exemplo, no parágrafo único do art. 927, segundo o qual "haverá obrigação de indenizar o dano independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem".

Ocorre que ao falar em abuso de direito, cumpre notar que a conduta humana começa por um ato lícito, todavia no exercício desse comportamento, ao se passar dos limites, logo surgirá a caracterização do abuso do direito e consequentemente a obrigação de indenizar. Dessa maneira, visto que o abuso de direito é colocado pelo Código Civil na categoria dos atos ilícitos, a controvérsia surge, na prática, em delimitar o alcance do exercício irregular de um direito.

Para tanto, percebe-se que no exame de cada caso o juiz terá amplos poderes é o que aponta o art. 5º da Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro por força da Lei 12.376 de 30.12.2010 dispõe: "Na aplicação da lei, o juiz atenderá aos fins sociais a que ela se dirige e às exigências do bem comum".

Diante disso, cabe destacar o que menciona Sílvio Venosa, que o critério finalístico do direito deve, pois, sempre estar presente no julgamento, e que para se fixar o abuso perante o caso concreto faz-se importante analisar se há o critério subjetivo do animus de prejudicar, ou se pode ser utilizado o critério objetivo da pouca valia do ato para o agente. (VENOSA, 2019, p. 597).

Assim, cotejando o presente trabalho, de forma a externar as principais questões por ele suscitadas e abrangidas, pode-se inferir que a doutrina, em sua maioria, tem entendido

que a norma prescrita no artigo 187 do Código Civil consagrou a concepção objetiva do abuso do direito e a teoria objetiva da ilicitude, que, diferentemente da teoria subjetiva, não leva em consideração o espírito e sequer a consciência do agente que praticou a antijuridicidade do ato.

Essa teoria (abuso de direito) desenvolveu-se a partir do célebre caso de Clement Bayard, julgado por um tribunal francês, no início do século passado. O proprietário de um imóvel, sem razão justificável, construiu altas hastes pontiagudas para prejudicar o voo de aeronaves no terreno vizinho. Cuidava-se de nítido abuso do direito de propriedade (GAGLIANO e PAMPLONA FILHO, 2021, p. 277).

Em 1853, tem-se a famosa decisão que condenou o proprietário que construiu, em seu terreno, uma falsa chaminé para vedar a luz do dia a uma janela do vizinho. Entre inúmeras outras decisões, cite-se mais uma, confirmada pela Corte de Cassação em 1915, pela condenação, por abuso do direito, do proprietário que erguera, em seu imóvel, uma estrutura com barras de ferro, destinada a danificar os dirigíveis construídos pelo vizinho.

Na França, portanto, uma série de práticas sociais consideradas condenáveis por decisões judiciais, formaram a base de uma noção de abuso do direito ainda em formação, tendo a doutrina, a posteriori, proposto soluções em diferentes tendências. (MENEZES CORDEIRO, 2015, op. cit., p. 671; Idem, ibidem, pp. 679-687).

Como visto pelos exemplos acima e outros comentários alhures não se faz necessário prospectar, nesta sede de ato ilícito, em dolo, ou em culpa *strictu sensu* em qualquer das suas modalidades (negligência, imprudência e imperícia), o que se pode determinar aqui é que, se um titular de um direito, o excede manifestadamente, ultrapassando os limites impostos pelo fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes, estaremos diante de um abuso que é erigido, doutrinariamente a ato ilícito, potencial gerador de danos e de responsabilização civil.

Nesse sentido, aponta Farias et al. (2015, p.183) que:

A análise quanto à configuração da culpa do agente será dispensada nas hipóteses em que constatado um abuso do direito. Em tais situações, bastará à imputação do dano que o agente tenha exercitado um direito – subjetivo ou potestativo – de forma excessiva, frustrando a boa-fé objetiva, os bons costumes ou a função econômico-social para a qual aquela situação jurídica lhe fora concedida.

Nesse nível, para a caracterização do abuso de direito, não é necessário a comprovação da intenção e sequer da consciência do agente de que está ultrapassando os limites impostos pelo fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

Nessa senda, o que pode-se executar é uma análise de forma prudente e equilibrada, dentro de cada caso, para ponderar, se, dentro do exercício de um direito, não estaríamos abusando deste e causando prejuízos diretos e indiretos a outrem, especificamente quando nos detemos ao abuso de direito no exercício do direito de arrependimento em sede de comércio eletrônico.

Ainda nesse prisma doutrinário acerca do abuso de direito, há o entendimento consagrado pelas Jornadas de Direito Civil, promovida pelo Centro de Estudos Judiciários do Conselho da Justiça Federal, ocorrida entre os dias 11 a 13 de setembro de 2002, sob a coordenação do Ministro Ruy Rosado de Aguiar Junior, do Superior Tribunal de Justiça, que tendo reunido estudiosos civilistas de todo o país para examinar o novo Código Civil, fez aprovar dentre os enunciados para interpretação e aplicação da nova lei, o enunciado de nº 37, com a seguinte redação: “Art. 187. A responsabilidade civil decorrente do abuso do direito independe de culpa, e fundamenta-se somente no critério objetivo-finalístico”. Em outro sentir, reconheceu-se o abuso como fundamento de responsabilidade objetiva, e de modo reflexo, a possibilidade de ilicitude objetiva, sem culpa.

Ainda colaborando a esse entendimento está a compreensão doutrinária de Sílvio Venosa, concluindo que:

Preferimos concluir, aderindo a parte da doutrina, que o melhor critério é o finalístico adotado pelo direito pátrio. O exercício abusivo de um direito não se restringe aos casos de intenção de prejudicar. Será abusivo o exercício do direito fora dos limites da satisfação de interesse lícito, fora dos fins sociais pretendidos pela lei, fora, enfim, da normalidade. Assim, o abuso de direito não se circunscreve às noções de dolo e culpa, como pretendem alguns. [...] Daí sustentarmos que a transgressão de um dever legal preexistente, no abuso de direito, é acidental e não essencial para configurá-lo. Se, por um lado, não se equipara o abuso de direito ao ato ilícito, nem se coloca o instituto no campo da responsabilidade civil, como consequência prática, por outro lado, a reparação do dano causado será sempre feita como se se tratasse de um ato ilícito. Isso quando não houver forma específica de reparação no ordenamento. (VENOSA, 2019, p. 598).

Nessa esteira, Flávio Tartuce ao prelecionar acerca do abuso de direito, tratou o tema da seguinte forma:

Amplia-se a noção de ato ilícito, para considerar como precursor da responsabilidade civil aquele ato praticado em exercício irregular de direitos, ou seja, o ato é originariamente lícito, mas foi exercido fora dos limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé objetiva ou pelos bons costumes. [...] O conceito de abuso de direito é, por conseguinte, aberto e dinâmico, de acordo com a concepção tridimensional de Miguel Reale, pela qual o *Direito é fato, valor e norma*. Eis um conceito que segue a própria filosofia da codificação de 2002. O aplicador da norma, o juiz da causa, deverá ter plena consciência do aspecto social que circunda a lide, para aplicar a lei, julgando de acordo com a sua carga valorativa. Mais do que nunca, com o surgimento e o acatamento do abuso de direito

como ato ilícito pelo atual Código Civil, terá força a tese pela qual a atividade do julgador é, sobretudo, ideológica. (TARTUCE, 2021, p.793).

Portanto, repise-se, que, para que se configure o instituto alhures mencionado, no sistema jurídico brasileiro, basta que o titular do direito, ao exercê-lo, exceda manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social pela boa-fé ou pelos bons costumes.

O grande trunfo no que tange ao tema do abuso de direito é saber quais as situações em que se configura o abuso de direito, quais suas consequências, quais os sujeitos ativo e passivo dessa relação jurídica e, ainda, qual sua natureza jurídica.

Assim, tecidas estas considerações, passa-se a seguir para a indicação dos elementos para a configuração desse instituto.

3.2 Os elementos para a configuração do abuso de direito

O abuso de direito se caracteriza ou se configura como tal, quando há um excesso por parte do titular de um direito, no uso desse direito, ultrapassando os limites impostos pela lei como demonstrado alhures, então, basicamente para se constatar o abuso de direito há que se ter, em primeiro lugar, um direito próprio e existente e, em segundo lugar, um excesso no uso desse direito, excesso esse manifesto dos limites objetivos, a saber, fim econômico ou social do próprio direito, boa-fé ou bons costumes.

No que pertine ao exercício abusivo de um direito, bem afirma Sílvio Venosa (2019, p.598) que "não se restringe aos casos de intenção de prejudicar. Será abusivo o exercício do direito fora dos limites da satisfação de interesse lícito, fora dos fins sociais pretendidos pela lei, fora, enfim, da normalidade".

Assim, em vista da complexidade dos elementos acima indicados e sem querer esgotar a matéria que estes elementos traduzem, a proposta deste trabalho é delimitar os aspectos gerais dentro da visão que interesse a dinâmica textual e produtiva aqui delineada, qual seja: demonstrar o abuso de direito na relação consumidor *versus* fornecedor dentro do universo consumerista praticado reiteradamente no comércio eletrônico (*e-commerce*), por isso, o objeto será tratar os elementos no sistema macro e alguns de seus desdobramentos, sobretudo, na violação/ruptura do fim econômico ou social do próprio direito e da boa-fé.

Dito isso, passa-se agora a abordagem desses elementos, sendo o primeiro elemento a existência de um Direito. Nessa esteira Paulo Nader (2004, p. 554) define como sendo a existência de um Direito, a titularidade do Direito em que o agente responsável

civilmente há de estar investido da titularidade de um direito subjetivo, ao exercitá-lo, por si ou por intermédio dos seus subordinados.

Esse primeiro elemento conduz a um entendimento errôneo, vago e superficial de que fala-se de algo óbvio, posto que sem direito não há como se falar em excesso no seu uso, mas não é bem assim, pois há casos, como nos de representação, que o representante, pode exceder-se no uso dos direitos da pessoa representada, ou ainda um mandatário que extrapole no exercício da prática de atos jurídicos ou interesses do mandante, portanto, exercer seu próprio direito ou exercê-lo por intermédio de outrem, sempre vai comportar a ideia de que temos que exercê-lo dentro dos parâmetros legais.

Aliado a esse elemento segue outro requisito que qualifica o ato como abusivo que é o exercício irregular do Direito em que o titular do direito vai além do necessário na utilização do que é o seu direito. (NADER, 2004, p. 554).

Como se vê, a manifestação excessiva de um Direito é o segundo elemento que configura o ato como abuso, assim em relação a esse elemento, a expressão “excesso” não pode ser desmerecida nem passar despercebida, tanto que convém manifestá-la à luz do dicionário priberam da língua portuguesa que assim dispõe sobre o significado desse vocábulo: O que ultrapassa o legal, o habitual, Falta de moderação.

A importância desse significado remete ao teor jurídico do componente “excesso”, sendo este doutrinariamente definido como sendo a atuação em exercício irregular de um direito, ou seja, ultrapassando o limite legal, extrapolando, agindo imoderadamente e irrazoavelmente fora dos ditames estabelecidos e preconizados na lei. É o que estabelece Pablo Stolze (2019, p. 170) que o abuso de direito é o contraponto do seu exercício regular.

Nesse nível, a utilização da expressão “excesso manifesto” deve ser entendida de forma que não é qualquer excesso no exercício dos direitos que levará à configuração da figura do abuso do direito.

Assim, caberá ao juiz, ao analisar o caso concreto, ponderar se houve ou não excesso manifesto no exercício do direito por parte de seu titular ou de outrem representando o titular, e, caso o tenha observado, fazer valer as consequências jurídicas evidenciadas com esse excesso manifesto.

Há também que se falar como elementos para a configuração do abuso de direito o Princípio do Fim Econômico ou Social do Próprio Direito e o Princípio da Boa fé. Estes princípios constantes do art. 187 do Código Civil poderiam ser qualificados como éticos, pois, sem sombra de dúvidas, a ética deve pautar o direito e seu exercício visando a satisfação da lei sem ofensa ao fim econômico ou social e a boa-fé.

Dito de outro modo, o agente detentor de um direito não pode, ou melhor, não deve ferir preceitos éticos visando apenas seu bel prazer, satisfação ou insatisfação individual e social, ou seja, tem que levar em conta a boa fé e o fim social ou econômico do seu direito.

Como mencionado alhures, este estudo visa estabelecer, sem querer exaurir, parte dos desdobramentos do art. 187 do Código Civil, notadamente com a evidenciação do abuso de direito na relação consumerista e, para tanto, guardando consonância com a temática passa-se a expor conhecimentos preciosos acerca do fim econômico ou social do próprio direito e acerca da boa-fé.

Quando se debruça a conceber o fim de algo ou seu desiderato final, leva-se em conta seu objeto, objetivo, e, com certeza, sua intenção finalística e, no universo jurídico não é diferente, pois quando há um direito a ser usufruído, este tem sua vontade finalística determinada pelo legislador, fazendo com que aquele que o detenha tenha que observar seus limites no atuar em busca de seus direitos ali estabelecidos.

O fim econômico ou social de cada direito apresenta-se como condições ao seu exercício, posto que, com o passar dos séculos, se desenvolveu um movimento de funcionalização dos direitos subjetivos, e, por esse movimento, o direito subjetivo deixa de ser definido como puro poder de vontade, de caráter propenso a algo ilimitado, para sofrer certas limitações, e ser visto em um contexto diferenciado.

Com isso, a função social e econômica passa a integrar o complexo de direitos e deveres que envolvem/abrangem cada situação jurídica, tanto em seu aspecto subjetivo como em seu aspecto objetivo, produzindo uma nova e mais realística noção de direito subjetivo.

Nesta senda, indica-se um exemplo prático, de um mesmo direito podendo ter fim econômico e fim social que, todavia, devem coincidir ou ao menos não se contrapor, em vista da coerência ética do ordenamento lógico-sistemático do ordenamento jurídico vigente. É o que acontece com os direitos de crédito, que possuem o fim econômico de assegurar o cumprimento e a satisfação do crédito pelo devedor e, ao mesmo tempo, possuem fim social, à medida que visam dar proteção de utilidade, previsibilidade e segurança às relações econômicas.

Intimamente ligado ao Princípio do Fim Econômico ou Social do Próprio Direito está o da boa-fé. O princípio da boa-fé está previsto no artigo 422 do Código Civil, o qual dispõe: “Os contratantes são obrigados guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé”. Também está previsto no artigo 113 do Código Civil, estabelecendo que: “Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração”.

Dessa forma, trata-se de um princípio que regula as relações contratuais, um princípio basilar que também se aplica às relações consumeristas, mediante o qual as partes possuem o dever de agir com base em valores éticos e morais da sociedade.

Em relação ao princípio da boa-fé Maria Helena Diniz (2018) assevera:

Segundo esse princípio, na interpretação do contrato, é preciso ater-se mais a intenção do que o sentido literal da linguagem, e, em prol do interesse social de segurança das relações jurídicas, as partes deverão agir com lealdade e confiança recíprocas, auxiliando-se mutuamente na formação e na execução do contrato. Daí está ligado ao princípio da probidade.

Nota-se, pela afirmativa supracitada, que o princípio da boa-fé impõe às partes de uma relação contratual, como é a de consumo, a adoção de postura de reciprocidade, uma troca mútua, respeitando a expectativa depositada nessa relação contratual e assim carece de estar em conformidade com os padrões sociais de ética, lealdade e confiança.

Nas palavras de Fábio Ulhoa Coelho, a boa-fé contratual pode ser objetiva ou subjetiva, afirmando o autor que:

A boa-fé subjetiva corresponde à virtude de dizer o que acredita e acreditar no que diz. Tem relevância para o direito das coisas, na qualificação da posse, mas não operacionalizável no direito dos contratos. Já a boa-fé-objetiva é representada por condutas do contratante que demonstram seu respeito aos direitos da outra parte. (COELHO, 2012, p. 83-84).

Nessa perspectiva, compreende-se como necessário o equilíbrio da relação jurídico-contratual e da sua dinâmica, mediante o comportamento das partes frente aos riscos do negócio. A boa-fé, como princípio ético já dito anteriormente, representa o dever de contratar com probidade, cordialidade, sinceridade e dentro de parâmetros que não permitam surpresas na relação entre as pessoas, sobretudo nos contratos cíveis e consumeristas.

Segundo a boa-fé objetiva, prevista de forma expressa no art. 422 do CC/02, as partes devem comportar-se de acordo com um padrão ético de confiança e de lealdade, de modo a permitir a concretizar as legítimas expectativas que justificaram a celebração do pacto.

Nesse contexto, conforme a lição de Farias et al. (2015, p.237), sempre que a boa-fé objetiva – deveres de lealdade e cooperação, a que as partes de um negócio estão mutuamente sujeitas – for agredida, a teoria do abuso de direito pode ser invocada, para fazer cessar a situação agressiva da razoabilidade.

O verdadeiro critério do abuso do direito, por conseguinte, parece se localizar no princípio da boa-fé, pois em todos os atos geralmente apontados como abusivos estará

presente uma violação ao dever de agir de acordo com os padrões de lealdade e confiança, independentemente de qualquer propósito de prejudicar (NORONHA, 2013, p. 175).

Dentre os casos de abuso do direito por violação do limite imposto pela boa-fé, a doutrina cita os casos da teoria do adimplemento substancial das obrigacionais e a da proibição ao comportamento contraditório (*venire contra factum proprium*), sendo este último o que nos interessa neste trabalho.

O contratante, assim, assume um determinado comportamento o qual é posteriormente antagonizado por outro comportamento seu, provocando frustração a uma das partes envolvidas.

Seja qual for a linha doutrinária adotada, como visto, o legislador agiu sabiamente ao restringir o exercício dos direitos aos atendimentos dos fins econômicos ou sociais, os quais podem ser delimitados por meio da interpretação de princípios e disposições constitucionais, enquanto que a boa-fé, como princípio, representa medida eficaz que limita a liberdade individual do titular do direito.

Nesse sentido, faz-se necessário compreender que as relações jurídicas são firmadas, cada vez mais, por meio do uso de contratos de adesão, dessa forma, vale referir o que aponta Rodrigo Fernandes Rebouças (2021, p. 187) que por se tratar de um contrato por adesão é necessário que o nível de informação seja adequado e haja adequação da interpretação quanto ao significado da força vinculante do contrato e do princípio da autonomia privada.

Ademais, cumpre notar que com as práticas comerciais diante da necessidade do equilíbrio da relação jurídico contratual a autonomia privada e a teoria da força obrigatória dos contratos sustentam a interferência dos institutos jurídicos das cláusulas gerais da boa-fé objetiva e da função social, além dos princípios norteadores do Código Civil.

Nesse prisma é o entendimento doutrinário de Rodrigo Rebouças acerca da função social dos contratos, afirmando que:

A função social dos contratos, deriva do princípio da socialidade e que guarda nítida relação com o fato social, serve como justa medida em um sistema de freios e contrapesos da autonomia privada das partes contratantes, bem como nos seus impactos sobre a sociedade com base na proteção da ordem pública (proteção da pessoa humana, da livre iniciativa, do meio ambiente etc.) e dos impactos econômicos. (REBOUÇAS, 2021, p. 194).

Portanto, nota-se, que a função social dos contratos pode ser compreendida como um sistema de freios e contrapesos limitador da autonomia privada das partes contratantes, o

que conseqüentemente indica que essa socialidade, privilegiando o interesse coletivo operará também como um limitador de abusos indevidos contra à ordem pública.

Ainda corroborando esse entendimento, bem pontua Heinrich Hörster (2009, p. 53-54) apud Rodrigo Rebouças (2021, p. 196-197) acerca da autonomia privada em relação ao negócio jurídico contratual, concluindo que:

A autonomia privada em relação ao negócio jurídico contratual, embora represente o ápice da liberdade para a circulação de riquezas representada por contratos livremente pactuados pelos sujeitos de direito, possui como sua contramedida os limites estabelecidos pelas normas de direito público e privado, além dos princípios e normas da teoria geral do direito, entre eles, a ética, a boa-fé objetiva, a função social e a proporcionalidade. Portanto, a conformação autônomo-privada de relações jurídicas apenas pode fazer-se mediante actos cujos tipos negociais são reconhecidos pela ordem jurídica [...] a liberdade contratual não pode contrariar os princípios da boa fé, a ordem pública ou os bons costumes, nem pode traduzir num abuso [...]. (REBOUÇAS, 2021. p. 196-197).

Isso bem retrata a preocupação com as cláusulas gerais da boa-fé objetiva e função social e de outros institutos jurídicos atinentes à proteção contratual, pois a interpretação quanto ao significado de cada instituto impõe limites estabelecidos pelas normas de direito público e privado, que devem ser observados, mesmo em meio à liberdade destinada aos sujeitos de direito envolvidos nessa relação jurídico contratual, como forma de conter práticas comerciais abusivas e garantir a proteção contratual.

Nesse contexto, cumpre destacar que os contratos eletrônicos, que é o tipo de contrato que interessa para o objeto deste trabalho, não é uma nova categoria contratual, não havendo assim necessidade de uma nova regulamentação específica, mais sim pode ser aplicado de forma sistêmica o Código Civil de 2002 frente às decisões dos tribunais brasileiros.

Nesse sentido, vale apontar o conceito de contratos eletrônicos, conforme refere Rodrigo Rebouças (2021, p. 191) que "devem ser conceituados como negócio jurídico contratual realizados pela manifestação de vontade, das posições jurídicas ativa e passiva, expressadas por meio (=forma) eletrônico no momento da sua formação".

Do exposto, tendo em vista a relevância dos aspectos jurídicos envolvidos no abuso de direito, no que se refere ao exercício direito de arrependimento, estudar-se-ão, no tópico a seguir, as conseqüências jurídicas advindas da aplicação do artigo 187 do Código Civil.

3.3 Consequências advindas da violação ao artigo 187 do Código Civil

O Direito procura delinear os fundamentos da sociedade, estabelecer os contornos das relações jurídicas, definindo uma harmonização e determinando um regime de colaboração a seus responsáveis, como forma de se evitar a lesão do direito alheio. Todavia, nota-se que cada vez mais torna-se difícil manter o homem no estrito âmbito de seus próprios direitos, sem que no exercício destes possa causar dano a outrem.

Ocorre que com as mudanças na sociedade moderna, sua natureza dinâmica e volátil, o surgimento de novos cenários nas relações jurídicas que requerem também novas demandas legislativas para enfrentar as constantes atualizações e, principalmente, dar a segurança e proteção jurídica necessária de forma igualitária e eficaz a todos os integrantes da sociedade, que são os usuários desse Direito, com toda essa pressão, torna-se inevitável que o exercício de um direito, ainda que dentro de seu próprio limite, pode causar dano a outrem.

É, incontestavelmente, um verdadeiro desafio para o jurista a integração da norma abstrata em determinadas situações jurídicas, como por exemplo, em determinados contratos objetivados, considerando as circunstâncias do negócio e a sua harmônica coexistência com o interesse coletivo.

O Código Civil de 2002, ao estabelecer o art. 187, inserindo a figura do abuso do direito, acertou ao reconhecer pelo princípio da socialidade que o Direito não pode admitir a visão individualista isolada da realidade social, desconhecendo essa realidade.

Da mesma forma colabora os ensinamentos de Sílvio Venosa quanto a noção de ato ilícito ao tecer comentários sobre o artigo supramencionado, afirmando que:

Na noção de ato ilícito, pugna o jurista segundo os conceitos de dolo e culpa e atinge a noção ampla de culpa civil. Por vezes, ocorre dano obrado por alguém que, aparentemente no exercício de seu direito, causa transtorno a terceiros. Esse extravasamento de conduta, dentro do âmbito do direito, pode gerar dever de indenizar. A temperança no exercício de qualquer ato da vida humana não é apenas virtude moral ou ética. O Direito não pode desconhecer essa realidade. (VENOSA, 2019, p. 593).

Destarte, a conduta do homem deve ser exercida com moderação, cumprindo observar que de um lado o Direito não pode ser levado ao extremo, mas de outro não se pode extrapolar os limites de um direito em prejuízo do próximo, pois dessa maneira deverá ser reprimida para que não ocorra a violação da isonomia e dos princípios de finalidade da lei.

No que se referem às consequências jurídicas advindas da aplicação do artigo 187 do Código Civil, a mais propagada consequência da violação, é o dever de indenizar, que decorre de expressa menção preconizada no artigo 927 do Código Civil.

Nesta discussão, convém lembrar o que fora dito alhures, que o dever de indenizar independe da existência da culpa, de sorte que, como visto, o artigo 187 consagrou a teoria objetiva, não integrando a culpa o suporte do comando legal, consagrando a funcionalidade na aplicação do Novo Código Civil, privilegiando o aspecto valorativo e evidenciando dispositivos como verdadeiros direitos em perspectiva.

Como bem pontua Orlando Gomes (1995) apud Farias e Rosenvald (2015, p. 190), “não havendo determinação legal de sanções específicas, a escolha mais eficaz há de ficar ao prudente arbítrio do juiz”.

Bruno Miragem (2013, p.185-199) elenca algumas consequências jurídicas do reconhecimento judicial dos atos abusivos, a saber: o dever de indenizar, invalidade do ato praticado em abuso, ineficácia do ato abusivo e ineficácia em razão do abuso e tutela inibitória do abuso.

Portanto, várias são as possibilidades de sanções que podem ser preconizadas para o titular de um direito que, no seu exercício, exceda, de forma manifesta, os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

Na esfera consumerista não é diferente, pois a jurisprudência já se manifestou a favor do fornecedor, em algumas oportunidades, quando, nitidamente, verificou nos autos, que, apesar do direito do titular existir, o consumidor o manifestou de forma excessiva ou o exerceu fora dos ditames legais, em duas ocasiões, o TJDF assim se manifestou:

APELAÇÃO. AÇÃO DE CONHECIMENTO. PRINCÍPIOS DOS JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS. **RELAÇÃO DE CONSUMO**. DEFEITOS NA VONTADE DE CONTRATAR. VENIRE CONTRA FACTUM PROPRIUM. PROIBIÇÃO. CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO. RESERVA DE MARGEM CONSIGNÁVEL. ENCARGOS ELEVADOS. PROVA. NÃO DEMONSTRAÇÃO. DESCONTO DO VALOR MÍNIMO DA FATURA. PREVISÃO LEGAL E CONTRATUAL. EFETIVA UTILIZAÇÃO DOS SERVIÇOS. NULIDADE. INOCORRÊNCIA. 1. O julgamento de recurso interposto em processo enquadrável na alçada dos Juizados Especiais, mesmo quando realizado por Turma do Tribunal de Justiça, deve ser orientado pelos critérios da Lei n. 9.099/95: simplicidade, informalidade, economia processual e celeridade. Basta que a decisão tenha indicação suficiente dos elementos do processo, com fundamentação sucinta e parte dispositiva. 2. A relação jurídica estabelecida entre consumidor e instituição financeira é consumerista, nos termos da Súmula nº 297 do STJ. 3. O instituto da proibição do venire contra factum proprium veda o comportamento contraditório e **resguarda a boa-fé objetiva**, bem como o cumprimento de seus deveres contratuais com lealdade, probidade e boa-fé. "Venire contra factum proprium postula dois comportamentos da mesma pessoa, lícitos em si e diferidos no tempo. O primeiro - factum proprium - é, porém, contrariado pelo segundo" (Menezes Cordeiro. op. cit.). 4. **Ante a proibição do venire contra factum proprium, não pode o devedor,**

depois de contratar e receber o crédito integralmente em sua conta, aguardar mais de 30 meses para alegar vício de vontade na formação do contrato, sem consignar qualquer valor em juízo. 5. Utilizado ou não restituído o crédito depositado pelo banco na conta corrente do contratante, o desconto das parcelas do empréstimo mostra-se devido, sob pena de configurar-se enriquecimento ilícito. 6. Diante da previsão legal (Lei nº 10.820/2003, alterada pela Lei nº 13.172/2015 c/c Lei nº 1.046/1950) e da disposição em contrato, não há ilegalidade no desconto em folha do valor mínimo da fatura do cartão de crédito, sobretudo porque o consumidor usufruiu do serviço contratado. 7. Ausente demonstração de que os juros praticados pelo banco destoam daqueles aplicados pelo mercado em contratos semelhantes não há como reconhecer a alegada abusividade. 8. Não constatada qualquer irregularidade ou ilegalidade na contratação de cartão de crédito na modalidade consignado, o contrato permanece válido. 9. Recurso conhecido e não provido. (DISTRITO FEDERAL, 2021, grifo nosso).

DIREITO CIVIL. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. APELAÇÃO CÍVEL. PRETENSÃO COMINATÓRIA. CONTRATAÇÃO DE SEGURO SAÚDE. INFORMAÇÃO SOBRE DOENÇA PREEXISTENTE. OMISSÃO ACERCA DA GRAVIDADE DA PATOLOGIA. CARCINOMA DE NASOFARINGE. AUTORIZAÇÃO DE PROCEDIMENTOS. NEGATIVA PELA ADMINISTRADORA DO PLANO. EXERCÍCIO REGULAR DE UM DIREITO. **QUEBRA DA BOA-FÉ CONTRATUAL. ABALO MORAL. INOCORRÊNCIA. SENTENÇA MANTIDA.** 1. Se, à época da celebração da avença, a contratante tinha ao menos suspeitas de que poderia ser portadora de neoplasia maligna e omitiu aludida informação da administradora do plano, mostra-se lícita a negativa da administradora em custear a quimioterapia e radioterapia prescritas pelo médico da paciente. 2. **Consoante entendimento do Superior Tribunal de Justiça, "é lícita a recusa da cobertura securitária, sob a alegação de doença preexistente à contratação do seguro, se comprovada a má-fé do segurado"** (AgRg no AREsp 704.606/MG, Rel. Ministra MARIA ISABEL GALLOTTI, QUARTA TURMA, julgado em 18/06/2015, DJe 26/06/2015). 3. O ordenamento jurídico pátrio erigiu a boa-fé objetiva a princípio norteador das relações contratuais, preceituando o art. 422 do Código Civil que "os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé". Havendo demonstração de que a segurada agiu em manifesta má-fé quando da adesão ao plano de saúde, descabe falar em ilicitude no ato que obsteu seu acesso a procedimentos de alta complexidade sob o fundamento de que a carência não havia sido cumprida. 4. Inexistindo ato ilícito culposo pelo qual deva responder a seguradora do plano de saúde, não há que se falar em compensação por danos morais. 5. Recurso conhecido e desprovido. (DISTRITO FEDERAL, 2020, grifo nosso).

Baseando-se no art.3º, §2º, do Código de Defesa do Consumidor que preconiza que serviços de natureza securitária estão incluídos no rol de relações consumeristas, convém citar esta decisão do Superior Tribunal de Justiça:

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. SEGURO DE AUTOMÓVEL. EMBRIAGUEZ AO VOLANTE. TERCEIRO CONDUTOR (FILHO). **AGRAVAMENTO DO RISCO. EFEITOS DO ÁLCOOL. SINISTRO. CAUSA DIRETA OU INDIRETA. PERDA DA GARANTIA SECURITÁRIA. CULPA GRAVE DO SEGURADO. CULPA IN ELIGENDO E CULPA IN VIGILANDO. PRINCÍPIO DO ABSENTEÍSMO. BOA-FÉ OBJETIVA E FUNÇÃO SOCIAL DO CONTRATO DE SEGURO.** 1. Recurso especial interposto contra acórdão publicado na vigência do Código de Processo Civil de 1973 (Enunciados Administrativos nºs2 e 3/STJ). 2. Cinge-se a controvérsia a definir se é devida indenização securitária decorrente de contrato de seguro de automóvel quando o causador do sinistro foi terceiro condutor (filho do segurado)

que estava em estado de embriaguez. 3. O art. 768 do Código Civil dispõe que o segurado perderá o direito à garantia se agravar intencionalmente o risco objeto do contrato. 4. A configuração do risco agravado não se dá somente quando o próprio segurado se encontra alcoolizado na direção do veículo, mas abrange também os condutores principais (familiares, empregados e prepostos). 5. O agravamento intencional de que trata o art. 768 do Código Civil envolve tanto o dolo quanto a culpa grave do segurado, que tem o dever de vigilância (culpa in vigilando) e o dever de escolha adequada daquele a quem confia a prática do ato (culpa in eligendo). 6. **A direção do veículo por um condutor alcoolizado já representa agravamento essencial do risco avençado, sendo lícita a cláusula do contrato de seguro de automóvel que preveja, nessa situação, a exclusão da cobertura securitária. A bebida alcoólica é capaz de alterar as condições físicas e psíquicas do motorista, que, combatido por sua influência, acaba por aumentar a probabilidade de produção de acidentes e danos no trânsito. Comprovação científica e estatística.** 7. O seguro de automóvel não pode servir de estímulo para a assunção de riscos imoderados que, muitas vezes, beiram o abuso de direito, a exemplo da embriaguez ao volante. A função social desse tipo contratual torna-o instrumento de valorização da segurança viária, colocando-o em posição de harmonia com as leis penais e administrativas que criaram ilícitos justamente para proteger a incolumidade pública no trânsito. 8. O segurado deve se portar como se não houvesse seguro em relação ao interesse segurado (princípio do absentismo), isto é, deve abster-se de tudo que possa incrementar, de forma desarrazoada, o risco contratual, sobretudo se confiar o automóvel a outrem, sob pena de haver, no Direito Securitário, salvo-conduto para terceiros que queiram dirigir embriagados, o que feriria a função social do contrato de seguro, por estimular comportamentos danosos à sociedade. 9. **Sob o prisma da boa-fé, é possível concluir que o segurado, quando ingere bebida alcoólica e assume a direção do veículo ou empresta-o a alguém desidioso, que irá, por exemplo, embriagar-se (culpa in eligendo ou in vigilando), frustra a justa expectativa das partes contratantes na execução do seguro, pois rompe-se com os deveres anexos do contrato, como os de fidelidade e de cooperação.** 10. Constatado que o condutor do veículo estava sob influência do álcool (causa direta ou indireta) quando se envolveu em acidente de trânsito - fato esse que compete à seguradora comprovar -, há presunção relativa de que o risco da sinistralidade foi agravado, a ensejar a aplicação da pena do art. 768 do Código Civil. Por outro lado, a indenização securitária deverá ser paga se o segurado demonstrar que o infortúnio ocorreria independentemente do estado de embriaguez (como culpa do outro motorista, falha do próprio automóvel, imperfeições na pista, animal na estrada, entre outros). 11. Agravamento não previsto. (BRASIL, 2020, grifo nosso)

Procurou-se demonstrar, com estes julgados, que há limites ou que deve-se como operadores do direito, impor limites ao exercício de direitos que, dependendo da esfera ou ramo do direito, como o consumerista, podem implicar em abuso de direito e, ao final, o titular do direito, pode não atingir o direito pleiteado como desejava.

Nesse sentido, é importante observar que ao se deparar com as situações contratuais de relação de consumo, faz-se imprescindível que a análise deve ser realizada com total cautela e proteção à parte econômica ou tecnicamente mais fraca.

Uma vez que, o consumidor é presumivelmente considerado como parte mais vulnerável, as relações de consumo serão regidas por cláusulas contratuais que em regra, serão interpretadas em benefício deste. No entanto, vale mencionar que “deve ser observada a aplicação do princípio da proporcionalidade como forma de superar a omissão de uma das

partes na adequação da análise de viabilidade do negócio jurídico contratual”. (REBOUÇAS, 2021. p. 199).

Colaborando com esse entendimento não é diferente o posicionamento da respeitada doutrina de Judith Martins-Costa, afirmando que:

Porém, é preciso ter presente que as funcionalidades específicas que a boa-fé adquiriu no domínio das relações de consumo advêm da conexão com pressupostos, presunções e princípios do CDC (nomeadamente, o pressuposto da vulnerabilidade e os princípios do equilíbrio contratual e da interpretação *pro* consumidor), bem como da própria razão de ser da legislação consumerista: esta não faria sentido se não fosse a efetiva e real *assimetria de poderes sociais* existentes entre consumidores e fornecedores no mercado de consumo. [...] É verdade que em algumas decisões a boa-fé foi direcionadamente *contra* a pretensão deduzida em juízo pelo consumidor que agiria deslealmente, entendendo-se, de modo correto, que o princípio impõe a *ambos* os partícipes da relação jurídica obrigacional os deveres de lealdade e correção de condutas. (MARTINS-COSTA, 2008, p. 396-397, grifos do autor).

Portanto, é notável que na relação de consumo impõe-se a ambos os partícipes dessa relação jurídica, consumidores e fornecedores, um dever de lealdade para que não ocasione um abuso de direito de uma das partes, mesmo que haja uma assimetria de poderes sociais existentes entre estes no mercado de consumo.

Dito isso, vale referir o que aponta Rodrigo Rebouças ao tratar da interpretar dessas relações contratuais, diante da "assimetria de poderes sociais", informando que:

Tratando-se de sistema legal nitidamente protetivo, especialmente em face da "assimetria de poderes sociais", contido na relação de consumo, e afastadas as hipóteses de "deslealdade" ou "abuso de direito" do próprio consumidor, deve-se interpretar tais relações contratuais com moderação e cuidado quanto a parte considerada vulnerável. Para essa hipótese, teremos a necessária aplicação do princípios da autonomia privada e da força vinculante do contrato em sua mínima expressão. (REBOUÇAS, 2021. p. 200).

Diante o exposto, compreende-se mais ainda a necessidade de se pautar a interpretação de cada contrato, conforme a boa-fé objetiva, tendo em vista que cada contrato, como por exemplo, os empresariais, cíveis e de consumo tenha uma atuação distinta, assim também torna-se necessário interpretar cada um conforme a sua realidade econômico-social, suas circunstâncias, os usos e costumes locais e o comportamento das partes.

Nesse sentido, para bem aclarar a compreensão sobre essa interpretação contratual, conforme a boa-fé merece registro a doutrina da professora Judith Martins-Costa, expoente da doutrina contratualista:

Podemos assim dizer que o espaço jurídico no qual atua, a boa-fé apresentará diferentes *feições*, às quais correspondem, semelhantemente, diversas funções. [...] Conquanto a influência do Direito do Consumidor sobre o sistema jurídico possa ser benéfica, a questão está em determinar se uma idêntica chave de leitura da boa-fé

objetiva será adequada para o tratamento das relações obrigacionais que não apresentam em seu substrato uma tal assimetria de poderes sociais, tal qual ocorrer nas relações de direito comum 'paritárias' e as relações interempresariais. (MARTINS-COSTA, 2008, p. 389, grifo do autor).

Dessa maneira, cumpre destacar que a boa-fé apresentará diferentes feições, e em relação à interpretação dos contratos, o próprio Código Civil de 2002 não admite mais uma aplicação estática da lei, que não acompanhe o cenário das diferentes circunstâncias ocorridas por avanços e mudanças tecnológicas.

Ademais, inclusive pela introdução do art. 20 da Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro – LINDB, por força da Lei nº 12.376 de 30.12.2010 é que nota-se que o Código Civil de 2002 introduziu um sistema semiaberto, com conceitos legais indeterminados e cláusulas gerais, dessa forma não se pode admitir mais que as interpretações sejam estáticas.

Assim, cabe ao juízo examinar, analisar, e até ponderar, caso a caso, se há ou não a ocorrência de abuso de direito, sobretudo, o abuso de direito, no exercício do direito de arrependimento, objeto deste estudo, em certas e nominadas relações consumeristas aqui indicadas, com vistas a salvaguardar a boa-fé, o fim econômico e social do próprio direito e o equilíbrio nas relações contratuais entre consumidor e fornecedor.

4 A MITIGAÇÃO AO USO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS NO E-COMMERCE

Com a evolução das relações comerciais, tornou-se um grande desafio para o fornecedor atuar no e-commerce, visto que em muitos aspectos a legislação já teve avanços, mas ainda há outros em que necessita-se de avanço ou, sobretudo, equidade, entre consumidor e fornecedor nas diversas transformações e inovações que ocorrem nas relações de consumo modernas e pós modernas.

Nesse nível, diante do costume cada vez mais comum de aquisição de produtos e serviços por meio eletrônico, o que foi potencializado no ano de 2020 em virtude da pandemia de COVID-19 que fez com que grande parcela mundial ficasse mais tempo reclusa em casa e recorresse com mais continuidade a serviços eletrônicos de compra e entrega de produtos, se fez necessário repensar e refletir acerca das relações consumeristas no cenário do comércio eletrônico.

Destarte, o presente trabalho objetiva identificar os principais aspectos jurídicos, especificamente no que concerne ao uso do direito de arrependimento nas relações que envolvem o e-commerce.

Inicialmente foram abordados os aspectos conceituais e históricos do direito de arrependimento, bem como do E-commerce, após, os aspectos legais desse instituto no campo do ramo jurídico do Direito Civil, e, neste âmbito, mostra-se a mitigação do exercício do direito de arrependimento.

Os tópicos a seguir tratam da análise demonstrativa sobre a possibilidade de mitigação do direito de arrependimento ante a prática no E-commerce, buscando-se compreender dentro dessa modalidade de comércio quando se torna abuso de direito o exercício do direito de arrependimento, além de, repise-se, exibir a possibilidade da aplicação da mitigação do uso do direito de arrependimento como forma de equilibrar as relações de consumo no E-commerce.

Assim, serão postas relevantes considerações acerca da violação aos princípios da boa fé e do fim econômico ou social do próprio direito nas relações consumeristas no E-commerce, jurisprudência sobre o tema e, por derradeiro, alguns dados obtidos perante o PROCON Maranhão e Juizados 7º e 12º Cíveis e das Relações de Consumo de São Luís-MA.

4.1 A violação aos princípios da boa-fé e do fim econômico ou social do próprio direito nas relações consumeristas no E-commerce

Partindo da premissa da importância do princípio da boa-fé como princípio basilar do universo contratual como um todo, como já exposto alhures, e, verificando sua aplicação na seara consumerista, tem-se como o princípio que serve como ponto de equilíbrio entre consumidor e fornecedor, visando coibir abusos, senão destaca-se o que expõe a seguir este doutrinador acerca do princípio em baila:

O emprego do princípio da boa-fé como meio de controle das cláusulas contratuais abusivas pressupõe a adoção de uma hermenêutica prudencial e finalística que esteja em condições de avaliar, em cada caso concreto, o alcance dos princípios estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor. (AMARAL JUNIOR, 1993, p.27).

De modo diverso, pode-se dizer que, o princípio da boa-fé é crucial para limitar comportamentos e cláusulas abusivas, como aqui exposto: "Nesse sentido, a boa-fé objetiva servirá para estipular o momento em que o exercício do ato, considerado, a princípio, lícito, converter-se-á em ato ilícito em razão do abuso do direito" (GARCIA, 2015, p. 63-64).

Como visto até aqui, de um lado, tem-se um direito, e, de outro, tem-se o exercício desse direito, que, se for exercido regularmente não interfere no andamento dos negócios nem tampouco tem repercussão jurídica, mas, caso seja exercido irregularmente, com excesso manifesto, notadamente nos campos da boa-fé e do fim econômico e social do próprio direito, na seara consumerista, que é o que interessa neste estudo, tem especial relevância, pois se estará diante de um abuso de direito.

Trazendo para o estudo deste trabalho, contextualizando, quando se extrapola o exercício de um direito, notadamente, o direito de arrependimento na seara consumerista, observa-se a concretização de um abuso que é potencial fonte geradora de danos e, conseqüentemente, de responsabilidade civil a quem lhe deu causa.

Diante disso, neste tópico, em especial, passa-se a tratar do abuso de direito no exercício do direito de arrependimento nas relações de consumo, com violação, por consequência, do princípio da boa-fé objetiva.

Observa-se com a massificação do uso da internet para transações comerciais antes realizadas no mundo físico, que tal incremento necessita de barreiras/limites que conduzam ao equilíbrio, a prudência e a razoabilidade nas relações de consumo entre

fornecedor e consumidor, sendo estas figuras, bem como o produto e serviço, assim definidos pelo Código de Defesa do Consumidor, nos seguintes termos:

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

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

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. (BRASIL, 1990).

Notou-se com o passar do tempo, especificamente, nas relações de consumo no universo do comércio eletrônico, certas situações e comportamentos que configuram, em tese, abuso de direito por parte do consumidor.

É interessante compartilhar este novo saber, pois antes, e, por longos anos, o olhar jurídico ficou detido apenas ao consumidor como parte hipossuficiente ou vulnerável, sem que se oportunizasse entender e aprofundar-se em uma nova e promissora forma de pensar que fizesse com que o fornecedor fosse vítima de abuso de direito por parte da figura jurídica do consumidor, causando-lhe material, moralmente e à sua imagem, graves e severos prejuízos dignos de serem reparados.

Dito isso, passa-se à análise de alguns casos para que se apresente em fatos e situações esta concepção acerca do abuso de direito em relações consumeristas com violação ao princípio da boa fé.

Em primeiro lugar, convém mencionar a mitigação ao direito de arrependimento na seara consumerista promovida pela Lei nº 14.010, de 10 de junho de 2020, a qual dispunha sobre o Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período da pandemia do coronavírus (COVID-19). Nesta Lei houve a limitação ao direito de arrependimento quando as relações de consumo envolvessem entrega domiciliar (*delivery*) de produtos perecíveis ou de consumo imediato e de medicamentos, conforme estabelece o artigo 8º da referida Lei que:

DAS RELAÇÕES DE CONSUMO - Art. 8º Até 30 de outubro de 2020, fica suspensa a aplicação do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor na hipótese de entrega domiciliar (*delivery*) de produtos perecíveis ou de consumo imediato e de medicamentos.

Interessante destacar o entendimento que se extrai desse dispositivo legal, pois não se revelaria como justo, razoável e de boa fé, falar em direito de arrependimento de um

produto já previamente indicado pelo consumidor com todos os detalhes por ele indicados para o seu consumo. Seria desproporcional e ilógico pedir um determinado remédio por *delivery* e, depois exercer direito de arrependimento, ou solicitar alguns tipos de lanches ou comidas e, simplesmente desistir, ou seja, arrepender-se do que fora visto e solicitado em site, aplicativos e, devidamente pagos, pelo consumidor.

Nesse sentido, ressalta-se o entendimento de Guilherme Mucelin ao tecer comentários sobre o art. 8º da Lei Federal n. 14.010/2020, que criou o Regime Jurídico Emergencial e Transitório (RJET) para relações privadas, lecionando que:

Houve críticas a essa determinação legal, por ter limitado um direito de ordem pública e interesse social previsto do CDC. As posições foram diversificadas, dependendo do entendimento que se tenha dado à suspensão do direito de arrependimento, tantas positivas, pois daria certa segurança jurídica e favorecia o equilíbrio entre as partes, quanto negativas, no sentido de que, no momento em que o consumidor mais necessitaria de tal direito protetivo, lhe fora suspenso seu exercício. (MUCELIN, 2021, p. 130).

O comando legal do art. 8º da referida Lei, como supracitado descrito, muito embora revele um diploma normativo de caráter temporário, traz ou comporta consigo, a noção de que, em certas relações de consumo seria ou o é desarrazoado o consumidor, simplesmente e a bel prazer, arrepender-se de algo que clara e objetivamente ou subjetivamente, se interessou em adquirir de forma livre e espontânea sem vícios de coação ou qualquer outro, não pode o fornecedor ver todos os seus gastos, esforços e expertise, simplesmente desconsiderados por um momento de contradição do consumidor e ainda arcar com o prejuízo.

Outra situação que expõe onerosamente o fornecedor e começa a ser alvo de estudos para fazer ver mitigado o direito de arrependimento nas relações de consumo, diz respeito a transações comerciais entre fornecedor e consumidor dentro de comércio eletrônico, nas relações de consumo que envolvem bens personalizados.

A título de exemplo cite-se três situações: a primeira, quando, um tênis é comercializado em um determinado site onde ali é exposto com todos os seus detalhes e características e o consumidor acessa essa plataforma, visualiza o produto em sua inteireza, vê, analisa o tamanho, cores, analisa se nas opções de pagamento, há cobrança de frete ou não, e decide adquiri-lo, chega a gostar tanto desse produto que decide comprá-lo de forma personalizada ou personificada o pedindo pela plataforma on line.

A segunda, diz respeito a camisas onde, o consumidor, previamente examina os modelos no site, faz simulações de vestuário, observa os tamanhos, o preço com ou sem frete, e a seguir decide comprar a camisa com seu nome nela.

Nesse diapasão, outra situação bastante corriqueira diz respeito a consumidores (casal) estar realizando preparativos para seu matrimônio e acesse um perfil na rede social que trabalhe com canecas personalizadas e assim decida fazer um pedido de 80 canecas com a foto do casal em todas estas canecas para servir de brinde aos convidados no dia da celebração do casamento, mas, previamente tenham observado nesse perfil a arte que seria colocada na caneca, as dimensões da caneca, o limite entre o fundo e as bordas e, ainda assim, depois de ver e analisar as canecas, as tenham aprovado e realizado o pedido.

Nestes três casos não haveria verdadeiro e manifesto abuso no exercício de direito de arrependimento se os consumidores em questão desistissem das compras visto que participaram desde o início do pacto de consumo e viram, bem como aprovaram e pagaram pelo produto?

A resposta seria afirmativa, pois logicamente tal “direito de arrependimento” seria algo que só afetaria uma das partes, a saber, o fornecedor, que, mesmo entregando o produto nos moldes do que foi pedido e devidamente pago, teria que arcar com as despesas de repostagem do produto nos correios sob suas expensas, ou ainda, nesse cenário ter que ver o consumidor não satisfeito com algo que “pediu do jeito que pediu” “e ter se arrependido”, ficar com seu produto que teve tantos custos para confeccioná-lo sem custos para este, pois, logicamente, o fornecedor não iria poder renegociar um produto com marcas indelévels de personificação.

Observa-se, assim, dentro dessa conjuntura fático-jurídica destes exemplos de casos que, na segunda hipótese descrita na segunda parte do parágrafo anterior, nota-se nítido caráter de uso de má-fé na relação consumerista, o que pode configurar enriquecimento ilícito do consumidor em face de seu abuso no exercício do direito de arrependimento, posto que tal conduta de direito de arrependimento só poderia ser, moral, ética e legalmente aceita, se o produto pedido, entregue e pago, tivesse chegado ao endereço do consumidor com variações na qualidade, quantidade, e segurança, revelando descumprimento de oferta, conforme dicção do art. 35 do Código de Defesa do Consumidor, a seguir exposto:

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

- I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;
- II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;
- III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos. (BRASIL,1990).

Deste modo, é importante ressaltar que ao se tratar do ambiente virtual do comércio eletrônico, tendo em vista que a maioria dos contratos são do tipo adesão, ou seja, "devem ser conceituados como negócio jurídico contratual realizado pela manifestação de vontade, das posições jurídicas ativa e passiva em aceitar as cláusulas prevista no instrumento" (REBOUÇAS, 2021, p. 191), torna-se fundamental a descrição de todas as condições essenciais referentes ao produto/serviço, dessa forma cumpre notar o que informa Patricia Pinheiro a esse respeito:

Além disso, a maior parte dos contratos eletrônicos são do tipo “adesão” (art. 54 do CDC). Logo, é fundamental que esses contratos sejam objetivos, claros, tenham descrito claramente todas as condições essenciais do produto/serviço, com detalhamento técnico quando necessário, bem como também apresentem regras claras sobre cancelamento, troca, devolução, desistência (art. 49, caput e parágrafo único). Cabe à empresa prestar as informações de forma certa, com guarda de ciência (ex.: guardar o log da tela com barreira de navegação, fazer envio automático do contrato para o e-mail cadastrado do cliente), e, do outro lado, cabe ao cliente ler o mesmo. Não caberá ao consumidor alegar que “viu mas não leu”. Deve-se ter muito cuidado com o uso de cláusulas que eximem responsabilidades (arts. 25, 28, 50, 51 do CDC). (PINHEIRO, 2013, p. 62).

Assim, mesmo tratando-se do comércio eletrônico as contratações requerem a transparência, a confiança, harmonização de interesses, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores, compreendendo que esta liberdade em contratar, também implica em responsabilidade, para ambas as partes.

Nesse caminhar, já dispõe o art. 47 do CDC sobre a importância de se haver a facilidade de compreensão dos contratos que regulam as relações de consumo, pois em alguns casos, diante de situação de dúvida, a lei proporcionará maior amparo de proteção ao consumidor, fazendo com que o fornecedor assumo o risco e a responsabilidade, quando interpretar que houve omissão ou má prestação de informação por parte do vendedor, pelo incidente (PINHEIRO, 2013, p. 62).

Ainda nessa esteira, ratificando o entendimento anteriormente citado, convém mencionar outro caso, onde o consumidor, após ter acessado um site de venda de passagens aéreas, ali ter visto as condições de pagamento, ter feito simulações de voo, ter se informado sobre possíveis escalas e datas para compra destas passagens, ao final tenha decidido comprar as referidas passagens, caso seu direito de arrependimento não se afigure nas hipóteses do art. 35 retromencionado, o uso de seu direito de arrependimento seria manifestamente irregular, configurando abuso desse direito, violando também a boa-fé.

Percebe-se, assim, que no caso de compra de um produto fora do estabelecimento físico, o exercício quanto ao direito de arrependimento é visando proteger a expectativa desse

consumidor, que ao adquirir por meio eletrônico pode se deparar com algo completamente diferente quando vier a receber o bem adquirido (D'AQUINO, 2021, p. 131).

No entanto, em se tratando da aquisição de passagens aéreas por meio virtual, a doutrina e a jurisprudência já entenderam pela não aplicação do direito de arrependimento, tendo em vista o caráter informativo dos sites, quanto às datas, horários e locais em que o produto ou serviço será disponibilizado, estando assim disponíveis ao pleno conhecimento do consumidor, de forma a evitar surpresas.

Neste passo, superado os aspectos iniciais quanto a exemplos de violação aos princípios da boa fé e do fim econômico ou social do próprio direito nas relações consumeristas no E-commerce, passa-se, neste momento, analisar o entendimento da jurisprudência que acompanha pela não aplicabilidade do dispositivo do direito de arrependimento nas relações consumeristas oriundas de E-commerce.

4.2 Jurisprudências aplicáveis às relações consumeristas oriundas de E-commerce e direito de arrependimento

Ao longo do presente trabalho mostrou-se que, com o avanço do campo tecnológico e das inovações no sistema de negociação por meio eletrônico começou-se a se preocupar, em especial, com a relação comercial entre consumidor e fornecedor, haja vista o primeiro poder, após adquirir um produto ou receber um serviço, exercer seu direito de arrependimento, direito este qualificado juridicamente como potestativo, ou seja, o direito que se impõe sem necessidade de justificativas, mas como todo direito, deve ser exercido dentro de certos limites legais, que, uma vez ultrapassados tem o condão de se transformarem em verdadeiros e manifestos abusos de direito, provocando desequilíbrio e prejuízos ao fornecedor.

Destarte nota-se: o consumidor com seu direito de arrependimento, direito livre, legal, potestativo e decadencial, e, de outro, o fornecedor, que, juridicamente se submete ao direito de arrependimento do consumidor, porém observando rigorosamente se este direito está sendo exercido regularmente, pois no caso de flagrante ilegalidade, isto é, abuso deste direito, no exercício de direito de arrependimento, o fornecedor poderá se valer deste excesso para requerer o fim do negócio, possível reparação ou tutela inibitória de futuras práticas do consumidor que o possam prejudicar moralmente, economicamente, bem como sua imagem empresarial.

Visando dirimir a situação que se apresenta, os juízes começaram a analisar o exercício de direito de arrependimento com vistas a diminuir a sua amplitude, o mitigando, o ponderando, caso a caso, com a finalidade de examinar com quem assiste a razão em cada caso concreto, buscando, em última análise maximizar o que seja justiça, pois na aplicação da lei o juiz deve atender aos fins sociais a que ela se destina (art. 5º, da LICC) e não apenas ao que resta contemplado no comando legal, no caso, o que se encontra notadamente preconizado no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor.

Nesse sentido, ainda que a autonomia de vontade conceda ao indivíduo o direito de exercer suas prerrogativas, essa liberdade, com certeza, é limitada em decorrência do pacto social e da lei.

Ademais, a boa-fé objetiva, que deriva da dignidade da pessoa humana, passou a basilar as relações existentes entre os indivíduos, proibindo que a vontade individual se sobrepusesse aos interesses da coletividade.

O ordenamento jurídico vem se estruturando, aos poucos, no sentido de coibir que, classes de personagens jurídicos, qualificadas como vulneráveis pela lei, tais como o consumidor, se utilize dessa proteção legal como anteparo para a promoção de verdadeiro desrespeito aos direitos e às garantias dos demais membros da sociedade.

Acaso não se desse como mostrado acima, estaria autorizado, o que aqui combate-se o abuso do direito, instituto que limita o exercício de direitos subjetivos quando, mesmo aparentemente protegidos sob o manto da boa-fé, o indivíduo cause prejuízos de forma desarrazoada às pessoas individualmente ou à coletividade.

Dito isso, passa-se à listar algumas decisões judiciais que corroboram com o que foi delineado ao longo de todo este trabalho, pelo que a seguir expõe-se:

APELAÇÃO CÍVEL. CONSUMIDOR. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. O direito de arrependimento está disciplinado no art. 49 do CDC, assim redigido: 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. No caso dos autos, dois dos requisitos necessários não foram observados. **O primeiro diz respeito ao local da contratação, na medida em que o consumidor se dirigiu ao banco para contratar. O segundo diz respeito ao tempo, na medida em que o prazo de reflexão fora exercido além dos 7 dias previstos. Inexistência do dever de indenizar.** Majoração dos honorários. Sucumbência recursal. IMPROVIMENTO DO RECURSO. (BAHIA, 2020, grifo nosso).

Nessa decisão, a Primeira Câmara Cível se manifestou pela inexistência do dever de indenizar ao autor-apelante, no seu voto, o desembargador relator Gustavo Silva Pequeno expõe como razões para o reconhecimento de não assistir direito a qualquer reparação, pelo

fato de a situação trazida aos autos pelo consumidor não ser coerente com o exercício do direito de arrependimento que emana do art. 49 do CDC, uma vez que deixou-se de observar dois dos requisitos necessários estabelecidos pelo referido artigo, que "no caso dos autos, o primeiro diz respeito ao local da contratação, na medida em que o consumidor se dirigiu ao banco para contratar e o segundo diz respeito ao tempo, na medida em que o prazo de reflexão fora exercido além dos 7 dias previstos no mencionado dispositivo legal" (BAHIA, 2020).

Assim, constata-se do jurisprudência em destaque que o referido relator apesar de mencionar em seu voto o que dispõe a norma consumerista sobre a possibilidade garantida ao consumidor de exercer o direito de arrependimento, desistindo da avença no prazo de sete dias, quando das contratações que ocorrerem fora do estabelecimento comercial do fornecedor, em sua decisão mitigou este direito dada as circunstâncias constatadas da atitude do próprio consumidor de não apresentar provas de suas alegações quanto a subscrever o contrato em branco, e por este não se tratar de pessoa incauta, além de o relator "perceber dos autos, que o apelante compareceu a agência do banco apelado para ratificar o contrato de portabilidade e, somente transpassado razoável lapso temporal, teria resolvido alterar o aludido negócio jurídico" (BAHIA, 2020).

Nota-se, portanto que neste caso o consumidor não demonstra qualquer elemento cabível para a aplicação de seu direito de arrependimento, uma vez que o pretendido desfazimento da transação, a desistência do contrato ficou constatada que sua realização aconteceu fora do prazo previsto em lei, o que seria forçoso se reconhecer direito a qualquer reparação a este consumidor que exerceu seu direito fora dos limites legais, pois do contrário se estaria diante de um abuso de direito.

O TJDF seguiu a mesma linha de entendimento sobre a configuração e aplicação quanto ao exercício do direito de arrependimento, em sede de julgamento de apelação pela 6ª Turma Cível:

Compra de produto pela internet. Direito de arrependimento. Informações do produto. Devolução. Inovação do pedido no recurso. 1 - Assiste ao consumidor o direito de arrependimento, no prazo de sete dias, a contar da assinatura do contrato ou do recebimento do produto ou serviço sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial (art. 49, CDC). 2 - **Inexistente relação de consumo, não há direito de arrependimento.** 3 - **As informações veiculadas pelo fornecedor, com relação ao produto oferecido, se foram suficientemente precisas, afasta a pretensão de se devolver a quantia paga.** 4 - É vedado inovar o pedido nas razões de recurso (CPC, art. 264, § único). 5 - Apelação não provida. (DISTRITO FEDERAL, 2015, grifo nosso).

Em seu voto, o desembargador relator Jair Soares, seguido pelos demais integrantes, negou provimento a apelação sob o argumento de que a autora-apelante não pode

ser considerada como destinatária final do bem, pois o produto adquirido classifica-se como de consumo intermediário. Consoante já decidiu o e. STJ que não configura relação de consumo, e sim, como uma atividade de consumo intermediária a aquisição de bens ou a utilização de serviços, com o intuito de implementar ou incrementar a sua atividade comercial, dessa forma, a autora-apelante não se enquadra no que estabelece o art. 2º do CDC, "pode-se, assim, dizer que consumidor é quem adquire bens ou serviços, ainda que pessoa jurídica, em benefício próprio, sem empregá-lo na geração de outros bens ou serviços" (DISTRITO FEDERAL, 2015).

Ademais, no mesmo voto sustenta o referido relator que a empresa fornecedora do produto pretendido e parte ré no recurso promoveu a veiculação do produto oferecido com todas as informações suficientemente precisas, além disso alertou sobre as especificidades do produto solicitado, e cumpriu com sua obrigação de entrega, desse modo não há como se impor a devolução da quantia paga (DISTRITO FEDERAL, 2015).

Constata-se, assim, deste julgado que a autora-apelante, configura-se em mais um caso de abuso manifestamente de direito, em que a autora comete ato ilícito, no que tange as transações referente ao comércio eletrônico, uma vez que age a seu bel prazer e com ardileza, de forma a angariar vantagem econômica, em detrimento do fornecedor, tendo em vista que na peça inicial do processo somente é feito o pedido para a devolução da quantia paga e não fala-se sobre a realização da troca do produto.

Nota-se no caso, que a autora-apelante comporta-se totalmente fora dos limites legais, pois na ocasião é comprovada a inexistente relação de consumo, e por isso não se aplica o direito de arrependimento (CDC, art. 49), além desta depois de adquirir um produto, nos termos de sua solicitação, ou mesmo advertida quanto a essas, promover ação para aplicação desse instituto, apresentando-se assim sem cabimento, ou um tanto prejudicial ao fornecedor se caso contrário houvesse o provimento da supramencionada apelação.

No mesmo sentido de negar a aplicação do direito de arrependimento nos termos do art. 49, CDC a compra em feirão de automóveis o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo se manifestou em 2014:

APELAÇÃO EXECUÇÃO DE TÍTULO EXTRAJUDICIAL MULTA CONTRATUAL - COMPRA E VENDA DE VEÍCULO DESISTÊNCIA ART. 49 DO CDC DIREITO DE ARREPENDIMENTO INEXISTÊNCIA Direito de arrependimento expresso no artigo 49, do Estatuto do Consumidor, não se amolda às situações em que a venda é realizada em feirão de automóveis, que se equipara ao estabelecimento comercial da empresa - Comparecimento espontâneo do consumidor a partir de sua plena decisão e franca possibilidade de adequado exame do produto Se o contrato de compra e venda de veículo continha previsão expressa de multa em caso de desistência e o contratante desiste do negócio sem motivação

justa, a multa convencionada é devida Título executivo que permanece hígido - Sentença de improcedência dos embargos do devedor mantida. Recurso de apelação não provido. (SÃO PAULO, 2014, grifo nosso).

Na decisão do julgamento do Recurso de apelação, o desembargador relator Leonel Costa e todos os integrantes, à unanimidade, manteve a sentença de improcedência dos embargos à execução, condenando o embargante ao pagamento das custas, despesas processuais e honorários advocatícios, bem como fixando a multa de 10% pela desistência imotivada da compra do veículo negociado. Este relator confirmou a sentença, em virtude de o apelo do autor-embargante não comportar provimento ao direito de arrependimento expresso no artigo 49, do Estatuto do Consumidor, visto que não se amolda às situações em que a venda é realizada no estabelecimento comercial da empresa, por meio do espontâneo comparecimento do consumidor a partir de sua plena decisão e franca possibilidade de adequado exame do produto, como aconteceu no caso em destaque. (SÃO PAULO, 2014).

Percebe-se, a partir deste julgado, sensivelmente a presença de inequívoco saber quanto ao conceito e amplitude da aplicação do direito de arrependimento em dados casos, tanto para o consumidor, quanto para o fornecedor. O que reafirma a necessária mitigação desse instituto, ou mesmo a clara delimitação ou limitação quanto a sua aplicação e exercício pelo órgão julgador, pois do contrário cederia espaço para alguma das figuras incentivadas ao oportunismo e à má-fé se utilizarem de uma conduta abusiva e exercerem o direito de arrependimento, o que enseja a devida responsabilização de quem assim agir.

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios em enfrentamento sobre contrato para confecção de álbum de fotografias de formatura, e preenchimento dos requisitos legais para aplicação do direito de arrependimento não concedeu cabimento em:

JUIZADO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. CONTRATO PARA CONFECÇÃO DE ÁLBUM DE FOTOGRAFIAS. FORMATURA. DIREITO DE ARREPNDIMENTO. DESCABIMENTO. 1. A autora/recorrida, em decorrência de formatura de seu filho, adquiriu da ré, no dia 14/07/2015, por intermédio de vendedor enviado a seu domicílio, álbum de formatura, pôster, cd e dvd de filmagem do evento, pelo valor de R\$ 3.600,00. Todavia, pouco tempo após a assinatura do contrato, desistiu da compra, solicitando o cancelamento do contrato (ID 5809065 - Pág. 2), o que foi negado pela ré-recorrente, **uma vez que todo o material teria caráter personalíssimo e já estaria em posse da recorrida.** 2. **Conquanto o art. 49 do CDC preveja que o consumidor tem o direito de desistir do negócio, no prazo de 7 dias, sem qualquer motivação, as fotografias são produto de caráter personalíssimo e de fácil reprodução, e sua devolução compromete a atividade empresarial da recorrida.** Precedente: "[...] Conquanto seja assegurado ao consumidor o direito de resolver os contratos firmados fora do estabelecimento do fornecedor, no prazo de sete dias (art. 49 do CDC), **tal direito não pode ser reconhecido nas hipóteses em que a prestação se exaure. Tal assertiva decorre da regra hermenêutica segundo a qual, na aplicação da lei o juiz deve atender aos fins sociais a que ela se destina (art. 5º, da LICC).** [...] A entrega de arquivo com fotografias digitais, no ato da compra (fl.06), exaure a

prestação de serviços e inútil a devolução pela facilidade com que pode ser reproduzido e utilizado. Assim, resta **inviabilizado o exercício do direito de arrependimento, pelo que não cabe a resolução do contrato com repetição do preço.** (20160910046308ACJ, Relator Designado AISTON HENRIQUE DE SOUSA, 1ª TURMA RECURSAL, Data de Julgamento: 27/10/2016, Publicado no DJE: 06/03/2017. Pág.: 485/487)". 3. Dessa forma, descabe o exercício do direito de arrependimento e, conseqüentemente, a resolução contratual. 4. RECURSO CONHECIDO e PROVIDO. Sentença reformada, para julgar improcedentes os pedidos. Sem custas processuais e honorários advocatícios, a teor do art. 55 da Lei 9.099/95. 5. A ementa servirá de acórdão, conforme art. 46 da Lei n. 9.099/95. (DISTRITO FEDERAL, 2019, grifo nosso).

A tese do TJDF ao julgar o recurso sobre tal contrato foi no sentido de afastar a existência do comprometimento da atividade empresarial, visto que no referido caso todo o material fornecido teria caráter personalíssimo e além disso, a entrega das fotografias digitais ocorreram no ato da compra, assim, estando em posse da recorrida, houve o exaurimento da prestação do serviço, dessa forma o direito de arrependimento não pode ser reconhecido nas hipóteses em que a prestação se exaure. (DISTRITO FEDERAL, 2019).

Nota-se, que o posicionamento da Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito nesse julgado, mostra-se razoável e proporcional, à medida que busca-se amparo na regra hermenêutica decorrente do art. 5º, da LICC, segundo a qual, "na aplicação da lei o juiz deve atender aos fins sociais a que ela se dirige e às exigências do bem comum", assim a decisão proporcionou uma segurança jurídica para não aplicação do direito de arrependimento ao caso, uma vez que as fotografias por se tratar de um produto de caráter personalíssimo e ser entregue a consumidora, a devolução do produto e do dinheiro acarretaria em prejuízos ao fornecedor e comprometimento de sua atividade empresarial.

No campo da jurisprudência do Tribunal de Justiça do Maranhão sobre a possibilidade de aplicação do comando legal do art. 49, CDC que estabelece o direito de arrependimento, no ano de 2018, houve o julgamento da apelação cível que tratava da devolução de equipamento emissor de cupom fiscal (impressora fiscal) pela Sexta Câmara Cível (TJMA), assim a decisão não concedeu provimento ao recurso, pelos fundamentos a seguir delineados:

DIREITO DO CONSUMIDOR - APELAÇÃO CÍVEL - REPETIÇÃO DO INDÉBITO E INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS - DEVOUÇÃO DE EQUIPAMENTO EMISSOR DE CUPOM FISCAL (IMPRESSORA FISCAL) - INEXISTÊNCIA DE VÍCIO OU DEFEITO - DESISTÊNCIA EXTEMPORÂNEA - CULPA EXCLUSIVA DA VÍTIMA - MANUTENÇÃO DA IMPROCEDÊNCIA. I - O equipamento Emissor de Cupom Fiscal - ECF (Impressora Fiscal) é de uso obrigatório por empresas que exercem a atividade de venda ou revenda de bens a varejo e empresas prestadoras de serviços (Inteligência da Lei Federal nº 9.532/971 e do Decreto Estadual nº 19.140/02); **II - O simples fato de tratar-se de relação de consumo, regida pelas normas de ordem pública e interesse social previstas no Código de Defesa do Consumidor, não possui o**

condão, por si só, de amparar as alegações da parte, especialmente ao se levar em consideração que não houve vício/defeito, e, ainda, que a situação submetida à exame não se adéqua à hipótese de exercício do direito de arrependimento (art. 49 do CDC), sequer suscitado; III - Não prospera, pois, o pedido de repetição do indébito (art. 42, p. único do CDC), ou, sequer, de devolução simples dos valores parcialmente pagos, e, também, de indenização por suposto dano moral, por restar evidente a culpa exclusiva da vítima, tida como excludente do dever de indenizar (art. 12, §3º, inc. III c/c 14, §3º, inc. II, ambos do CDC), pois a desistência da compra se deu de forma extemporânea, inclusive quando já iniciado o procedimento para disponibilização do uso da ECF (Impressora Fiscal), com a gravação indelével, na memória fiscal, da identificação e características do contribuinte usuário (art. 7º, inc. III do Anexo 3.0 do Decreto Estadual nº 19.140/023), para fins de lacração do equipamento, exigida e regulamentada na Instrução nº 001/2006 - CEGAT, o que acarreta a impossibilidade de reaproveitamento; IV - Entendimento contrário culminaria em manifesta transgressão aos deveres colaterais ou anexos do negócio jurídico, em especial à boa-fé, que também deve ser resguardada à cadeia de fornecedores, e não apenas ao consumidor. V - Recurso de Apelação conhecido e desprovido. (MARANHÃO, 2018, grifo nosso).

Neste sentido, percebe-se que o TJMA admite as normas de ordem pública e interesse social previstas no Código de Defesa do Consumidor para tratar as relações de consumo, entretanto no caso em destaque quando do enfrentamento às alegações da Apelante, o exame pela referida Câmara, comprovou não se adequar à hipótese de exercício do direito de arrependimento, prevista no art. 49 do CDC, em virtude de não haver vício/defeito por parte do fornecedor.

Ademais, destaca-se que a mesma decisão contemplou a não incidência quanto ao pedido de repetição do indébito, ou, sequer, a devolução dos valores pagos pela Apelante, bem como não admitiu a indenização por suposto dano moral, tendo em vista que a desistência da compra ocorreu fora do tempo apropriado e após iniciar o procedimento para disponibilização do uso da ECF (Impressora Fiscal), como a gravação de dados na memória fiscal, restando assim evidente a culpa exclusiva da vítima, e por isso não houve a excludente do dever de indenizar, conforme estabelece o art. 12, §3º, inc. III c/c 14, §3º, inc. II, ambos do CDC. (MARANHÃO, 2018).

No seu voto, a desembargadora relatora Anildes de Jesus Bernardes Chaves Cruz ainda considerou que o "entendimento contrário culminaria em manifesta transgressão aos deveres colaterais ou anexos do negócio jurídico, em especial à boa-fé, que também deve ser resguardada à cadeia de fornecedores, e não apenas ao consumidor". (MARANHÃO, 2018).

Do exposto, como se ver do julgado da apelação, a Justiça Estadual do Maranhão admite a mitigação quanto a aplicação do direito de arrependimento, diante de situação que se configure em transgressão aos deveres do negócio jurídico, em especial à boa-fé, frisando que

também deve ser resguardada a cadeia do fornecedor, quando este em especial é a parte mais vulnerável na relação de consumo.

Cumprir notar que também desprende-se do julgado em comento, a referência quanto ao entendimento do Superior Tribunal de Justiça no julgamento do AgRg no Agravo em Recurso Especial nº 533.990 - MG (2014/0146488-9), não promovendo a aplicação do direito de arrependimento em situações em que o acervo fático-probatório, em relação à forma de contratação, não se amolda ao que estabelece o art. 49, do CDC, conforme demonstra-se a seguir:

PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO REGIMENTAL NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. COMPRA E VENDA. REVISÃO. IMPOSSIBILIDADE. REEXAME DO ACERVO FÁTICO-PROBATÓRIO. INCIDÊNCIA DA SÚMULA Nº 7 DO STJ. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. ART. 49 DO CDC. DESISTÊNCIA NÃO CARACTERIZADA. DECISÃO MANTIDA. 1. A alteração das conclusões do acórdão recorrido exige reapreciação do acervo fático-probatório da demanda, o que faz incidir o óbice da Súmula nº 7 do STJ. 2. **Quando o contrato de consumo for concluído fora do estabelecimento comercial, o consumidor tem o direito de desistir do negócio em 7 dias, sem nenhuma motivação, nos termos do art. 49 do CDC. Precedentes.** 3. Agravo regimental não provido. (BRASIL, 2015, grifo nosso).

Neste contexto, nota-se que para a admissibilidade da aplicação do direito de arrependimento caberá as hipóteses que se adequarem ao que estabelece o referido artigo, sendo forçoso reconhecer esse direito a quem não o assiste, tampouco promover qualquer reparação, a quem o faça fora de seus limites ou o exerça com excesso abuso manifestamente, por meio de uma conduta ilícita, que por conseguinte circunstância termina por afastar o cabimento de qualquer pretensão relacionada ao exercício desse instituto.

Recentemente, no ano de 2021, a mesma indagação foi levada a apreciação do TJMA, quando do julgamento da apelação cível, tratando sobre o cancelamento sem justificativa por Companhia Área, de tarifa promocional, cancelamento sem reembolso, a Sexta Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Maranhão, também manteve o mesmo entendimento anteriormente mencionado, no sentido de negar provimento a apelação, visto que pelo caso apreciado pelo órgão julgador, não houve o enquadramento do direito nos termos da legislação consumerista, conforme destaca-se a seguir:

APELAÇÃO CÍVEL AÇÃO ORDINÁRIA. COMPANHIA AÉREA. CANCELAMENTO SEM JUSTIFICATIVA. TARIFA PROMOCIONAL. TARIFA LIGHT. CANCELAMENTO SEM REEMBOLSO. SENTENÇA MANTIDA. **I – O consumidor foi claramente informado sobre as políticas de cancelamento em caso de compra pela “tarifa light” da companhia.** Fora isso, tem-se o fato de que, **caso houvesse direito de cancelamento, este deve ocorrer em tempo razoável para que a companhia revenda os lugares desocupados por quem cancelou.** Ora, no caso fático, raríssimas são as chances de uma companhia aérea vender uma

passagem para o exterior 15 dias antes do vôo, sem qualquer preparação financeira por parte dos passageiros. II – O dever de indenizar por danos morais surge na ocorrência do ato ilícito, o qual exige a coexistência de três requisitos: fato lesivo; dano patrimonial ou moral ao indivíduo; e nexo de causalidade entre o dano e o comportamento do agente. **Não sendo constatada a prática de qualquer ato ilícito pelo Apelado, descabe reconhecer eventual indenização por danos morais em favor da Apelante.** III – Apelação Cível conhecida e não provida. (MARANHÃO, 2021, grifo nosso).

No julgamento acima, o desembargador relator Luiz Gonzaga Almeida Filho expõe em seu voto que para sustentar sua defesa, a recorrente aduz que a sentença fere o Código de Defesa do Consumidor, que resguarda o direito de desistência de compras pela internet em até 07 dias após a compra. Posto isso, o referido relator concorda que, este direito é resguardo pelo CDC, e confirmado pela jurisprudência pátria, no entanto, refuta a tese da autora-apelante de merecer as regras da legislação pátria do CDC, uma vez que foram respeitados todos os deveres de informação e clareza que exigem o referido diploma legal e a consumidora foi claramente informada sobre as políticas de cancelamento em caso de compra pela “tarifa light” da companhia. (MARANHÃO, 2021).

Além de que, pelo caso versar sobre uma passagem internacional, o direito de cancelamento, deveria ocorrer em tempo razoável para que a companhia revenda os lugares desocupados por quem cancelou (MARANHÃO, 2021). Por fim, a supramencionada Câmara Cível não reconhece o dever de indenizar por parte da empresa fornecedora da passagem aérea, em virtude de não contemplar o atendimento a norma regulamentadora das relações de consumo.

Por todo o exposto, nota-se que no campo da jurisprudência dos Tribunais de Justiça pelo país a fora, passando STJ há a possibilidade da mitigação a aplicação do direito de arrependimento, contemplado pelo art. 49, do CDC. Neste sentido, percebe-se que os posicionamentos adotados em cada caso até aqui exposto, mostram-se razoáveis e adequadas a situação fática que se discute.

Nessa perspectiva, conforme demonstrado nos referidos julgados, cumpre notar que aquele que age de forma ilícita não pode auferir favores da lei. As consequências dessa providência jurisprudencial em cada decisão mencionada acima, têm um objetivo claro: mitigar o resguardo absoluto do direito de arrependimento, por meio da relativização da hipossuficiência do consumidor, em prol da preservação da autonomia do fornecedor.

Como bem denota Claudia Lima Marques (2016, p. 21) que:

Consumo é inclusão na sociedade, nos desejos e benesses do mercado atual. Consumo é igualdade, igualdade do mais fraco, do leigo, do vulnerável em um direito privado renovado. [...] Em outras palavras, consumo é, para as pessoas, a

realização plena da liberdade e sua dignidade, no que podemos chamar de verdadeira 'cidadania econômico-social do século XX.

Observa-se, assim que o varejo virtual continua com altos índices de crescimento no mercado atual, seja por proporcionar às pessoas a inclusão no mundo dos desejos e oportunidades de plena liberdade quanto ao consumo, seja essa compreensão por meio da análise nas ofertas promovidas pelo comércio eletrônico, em que muitas vezes apresentam-se com melhores preços e mais comodidade ao consumidor.

Todavia desse crescimento de consumidores online, tendo em vista que comprar pela internet ganha cada vez mais espaço na rotina da sociedade, vale notar que também crescem os riscos quanto a segurança dessa relação de consumo. Diante disso, torna-se inevitável o surgimento de questionamento quanto aos limites jurídicos e obrigações quando se tratar de comércio eletrônico, ao passo que a aplicabilidade do instituto do direito de arrependimento é uma de muitas outras reflexões que pode-se extrair desse novo ambiente de consumo no presente século.

Desse modo, não restam dúvidas que a possibilidade de mitigação ao uso do direito de arrependimento, no que correspondem as relações consumeristas no e-commerce, apresenta-se como providências a vedar o abuso desse direito e, principalmente em um cenário crescente de incertezas econômica, como foram nos últimos anos, significa proporcionar além da realização plena da liberdade, um consumo de igualdade entre fornecedor e consumidor, fazendo a diferença no que tange à subsistência, especialmente de pequenas e médias empresas.

Após a compreensão a respeito do entendimento jurisprudencial aplicável às relações consumeristas oriundas de E-commerce e direito de arrependimento, em hipóteses de não incidência desse instituto, explicitando os principais elementos caso a caso que correspondem a mitigação do direito de arrependimento, dada a possibilidade de configurar abuso, ou excesso manifestamente de direito, passa-se agora a analisar, os resultados de dados coletados perante o PROCON/MA e 7ª e 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís - MA, ponderando os critérios que compõe a coleta e a discussão do objeto deste trabalho.

4.3 Resultados e discussão dos dados coletados no PROCON-MA e 07º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís - MA

Inicialmente cumpre anotar, consoante já assinalado, que as compras e vendas em ambiente virtual cresceram de forma vertiginosa pela comodidade, praticidade e facilidade e esses fatores aliados às boas ofertas com preços mais baixos se tornaram verdadeiros e manifestos atrativos para que o ambiente virtual ganhasse em projeção, visibilidade e alta relevância.

Entretanto, mesmo com esse crescimento podemos apontar vícios capazes de macular a transparência, a credibilidade, a posição de justiça, diga-se, perfeito equilíbrio na relação de fornecedor e consumidor, posto que notadamente ainda temos que nos deparar com situações em que o fornecedor não cumpre com os termos da oferta, não entrega o produto nos moldes do que foi contratado, há dificuldades como o cancelamento, há dificuldades práticas com o estorno de quantia paga pelo consumidor, há casos de dano moral dos dois lados (consumidor e fornecedor).

No que tange, especificamente, em relação ao fornecedor, há casos de consumidor que não prova os danos sofridos, não prova que o produto veio ou estava com defeito e pleiteia dano moral e há casos de abuso no exercício do direito de arrependimento por parte do consumidor que, agindo de má fé, fica com o produto para si, sem custos para confeccioná-lo, alegando direito de arrependimento, ou seja, em linhas gerais, abusando do uso desse multicitado direito.

Como forma de se demonstrar os fatos acima expostos, tecidas estas primeiras colocações, passa-se aos dados coletados nos Juizados Especiais e PROCON/MA.

A pesquisa de campo foi composta por questionário realizados com os Juizes Titulares do 7º e 12º Juizados Especiais Cíveis e das Relações de Consumo na cidade de São Luís-MA, bem como aplicado na Unidade do PROCON/MA no Bairro Beira-Mar, na cidade de São Luís-MA, perante a Presidente. Adotou-se como instrumento um questionário, com perguntas abertas e fechadas aplicado aos Juizados (Apêndice A), e outro questionário foi criado para ser aplicado junto ao PROCON/MA, este com as mesmas perguntas do primeiro, mas substituindo o termo "ações" para "reclamações" em suas perguntas abertas e fechadas (Apêndice B).

Destaca-se que para aplicação de todos os questionários junto aos referidos órgãos foram informados dos objetivos deste trabalho, sendo solicitada a autorização para esta pesquisa de campo, por meio de Ofícios assinando pelo Coordenador do Curso de Direito do

Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB e Orientador desta monografia, o Professor Me. Arnaldo Vieira Sousa.

Assim, houve Ofício nº 007/DIR/2022.1 destinado ao 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís-MA - João de Deus (Anexo A), bem como o Ofício nº 008/DIR/2022.1 destinado ao 7º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís-MA - Fórum do Calhau (Anexo C), por fim o Ofício nº 009/DIR/2022.1 destinado ao PROCON/MA (Anexo E).

A pesquisa efetuada teve como finalidade atingir um número maior de ações ou reclamações que versam sobre o comércio eletrônico e direito de arrependimento, em um recorte de 5 anos, ou seja, um lapso temporal pré e pós pandemia do COVID-19, buscando-se verificar por meio dos dados coletados, se dentro do universo do E-commerce, o direito de arrependimento pode se tornar uma prática abusiva, além de analisar os principais fundamentos quanto a resolução desses casos, a fim de que o objetivo do presente trabalho fosse alcançado, ou seja, analisar a possibilidade de mitigação do exercício desse instituto.

Portanto, foram realizadas 04 (quatro) perguntas no questionário, as mesmas foram disponibilizadas pela pesquisadora aos referidos órgãos, durante o período entre o dia 17/05/2022 a 01/06/2022, perfazendo um total de 15 dias para levantamento dos dados da pesquisa.

A primeira pergunta realizada no questionário trata-se do lapso temporal pré e pós pandemia do coronavírus (COVID-19), tendo em vista que este cenário trouxe mudanças significativas para o comércio eletrônico e o estabelecimento de medidas transitórias no que tange algumas relações de consumo, neste sentido, pergunta-se: “Nos últimos cinco anos, o Juizado/PROCON/MA tem ações/reclamações envolvendo compras pelo comércio eletrônico?”.

A segunda pergunta, refere-se a previsão do Art. 49, CDC que dispõe sobre o direito de arrependimento, instituto objeto deste trabalho, assim, questiona-se: "Dentre essas ações/reclamações, quantas referem-se ao direito de arrependimento (Art. 49, CDC)?".

A Terceira pergunta diz respeito a quantificar as ações solucionadas que abordam o tema do direito de arrependimento questionando-se: "Das ações que referem-se ao direito de arrependimento, quantas já foram solucionadas?".

A quarta e última pergunta é o questionamento de extrema importância, visto que, diante dos aspectos já destacados ao longo de todo este trabalho sobre a aplicação do direito de arrependimento, é imprescindível compreender quais seriam os fundamentos para esta aplicação perante uma situação fático-jurídica que ora se apresenta para julgamento, assim

pergunta-se: "Em relação às ações solucionadas, quantas foram decididas pela prevalência do direito de arrependimento e quais os principais fundamentos adotados para tomada de decisão?".

Salienta-se, de antemão, que, os dados coletados nos Juizados não foram expressivos nem numerosos diante da impossibilidade de filtragem por assunto (direito de arrependimento), no sistema de Processos Judicial Eletrônico (PJe) utilizado pelo Tribunal de Justiça do Estado do Maranhão (TJMA).

Assim, primeiramente, em relação à resposta do 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís-MA - João de Deus, devido a referida impossibilidade sistêmica do PJe, em apurar dados estatísticos quanto ao tema do direito de arrependimento, este Juizado disponibilizou por amostragem alguns processos em que foram percebidos pelo assunto manter-se uma possível correspondência ao comércio eletrônico.

Desse modo, de uma busca feita no 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís-MA - João de Deus, com 87 (oitenta e sete) processos relativos à devolução do produto, sendo a data de autuação abrangendo o período de 01/01/2017 a 24/05/2002, correspondente ao lapso temporal de 5 anos (Anexo B), poucos guardavam consonância com o comércio eletrônico, mas sem fazer conexão com o direito de arrependimento.

De igual modo, nesse mesmo Juizado, dentro de um conjunto de 08 (oito) processos relativos a cláusulas abusivas, com a mesma data de autuação (Anexo B), o resultado foi o mesmo, bem como, dentro de uma busca de 18 (dezoito) processos referentes a substituição do produto (Anexo B), somente 05 (cinco) correspondiam a transações realizadas pela internet, ou seja, quase sem demandas de comércio eletrônico e direito de arrependimento nesse tipo de comércio.

No entanto, mesmo com essa dificuldade real, resolveu-se destacar alguns processos desse Juizado que podem ser aqui delineados para contextualizar e guardar conformidade com esta temática desenvolvida. São eles:

PROCESSO Nº 0800517-93.2022.8.10.0018

Nesta lide a consumidora HHSDC propôs Ação de RESCISÃO CONTRATUAL C/C RESTITUIÇÃO DE QUANTIA PAGA C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS em face de L B P DE SOUZA, aduzindo os seguintes fatos:

A Requerente adquiriu, em 12 de dezembro de 2021, junto à Demandada, pacote de viagem, para duas pessoas, no valor total de R\$ 2.520,00 (dois mil, quinhentos e vinte reais), com destino à Recife/PE, incluindo passagens aéreas de ida e volta (São Luís/MA – Recife/PE – São Luís/MA), traslado para Porto de Galinha/PE e Maragogi/AL, com direito a hospedagem e café da manhã, para o período de 08 a 11/09/2022. [...] Em relação a forma de pagamento, a Autora optou por parcelar o montante total dos serviços em 10 (dez) prestações, no valor de R\$ 252,00 (duzentos

e cinquenta e dois reais) cada, debitadas em seu cartão de crédito Nubank (Instituição de Pagamento - Nu Pagamentos S.A), conforme demonstram as provas ali expostas. Atualmente já foram debitadas 05 (cinco) parcelas, totalizando R\$ 1.260,00 (mil duzentos e sessenta reais). [...] Menciona-se que o contrato foi firmado junto a responsável pela empresa, a Sra. LEIDY BARBARA PEREIRA DE SOUSA, CPF nº 046.385.313-00, que era quem agia em nome da Promovida. [...] Quanto aos pedidos a autora pediu: a concessão da TUTELA DE URGÊNCIA, determinando a notificação da Instituição de Pagamento (cartão de crédito) Nu Pagamentos S.A, CNPJ no 18.236.120/0001-58, endereço Rua Capote Valente, 39 - São Paulo, SP - 05409-000, e-mails: meajuda@nubank.com.br e ouvidoria@nubank.com.br, telefones: 0800 608 6236/ (11) 2039-0650, para que suspenda o lançamento de quaisquer valores relativos a compra feita junto à empresa requerida pela cliente e titular do cartão de crédito Nubank, HARIANE HAIDA SOUZA DE CARVALHO, sob pena de multa diária de R\$ 500,00 (quinhentos reais) em caso de descumprimento do preceito; o deferimento da inversão do ônus da prova, diante do artigo 6º, VIII, do CDC; Que fosse julgada TOTALMENTE PROCEDENTE a presente demanda, determinando a rescisão contratual e condenando a Ré a restituir o montante das parcelas já pagas, totalizando R\$ 1.260,00 (mil, duzentos e sessenta reais), devidamente corrigidos com juros e correção monetária, bem como a condenação da Promovida ao pagamento de indenização a título de danos morais no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais); bem como a condenação da Ré ao pagamento das custas e honorários advocatícios, estes arbitrados em 20% (vinte por cento) sobre o valor da condenação, conforme disposição do art. 85 do CPC. [...] Na decisão quanto a tutela, após analisar o caso, o juízo manifestou-se da seguinte forma:

Trata-se de pedido de concessão de tutela antecipada para que sejam suspensos de seu cartão de crédito os lançamentos referentes ao contrato objeto da lide.

A tutela de urgência ora pretendida, que visa afastar uma situação passível de afetar a eficácia da tutela final, acaso seja esta julgada procedente, não é justificável no caso trazido para apreciação deste órgão jurisdicional.

Os fatos trazidos aos autos não estão suficientemente esclarecidos, para assegurar a certeza e segurança de medida, sendo necessária a oitiva da outra parte para análise do pedido.

Com efeito, em sede de cognição sumária, constata-se que a Requerente não anexou os termos da negociação do contrato discutido, especificando o valor a ser pago, forma de pagamento, bem como não restou identificado que os lançamentos de R\$252,00 (duzentos e cinquenta e dois reais) referem-se ao pacote de viagem.

Logo, no momento, conveniente que se estabeleça o necessário contraditório, devendo-se, assim, prestigiar o desenrolar natural da demanda para uma apreciação segura por parte deste juízo.

Ante o exposto, indefiro o pedido. (SÃO LUÍS, 2022, grifos do Autor).

Cotejando o *decisum* e valendo-se de todo o exposto até aqui neste trabalho, pode-se concluir que o juízo proferiu decisão justa e equânime, pois, ao analisar o caso concreto percebeu que o direito invocado pelo autor padecia de elementos probatórios robustos e consistentes daí a decisão de ouvir o fornecedor ou demandado para que este apresentasse suas provas e razões.

Esta decisão mostra a evolução da arte construtiva do saber jurídico que se manifesta com fortes caracteres de uma nova visão da lide consumerista a qual avalia o caso como um todo não tendendo de forma direta e automática para o direito arvorado e exposto pelo consumidor.

Do mesmo modo, vale destacar a referência do seguinte processo correspondente ao retromencionado Juizado:

PROCESSO Nº 0800472-89.2022.8.10.0018

Neste processo há o pedido de Indenização por danos materiais e morais em face da empresa Magazine Luiza S/A, decorrentes do fato da requerente ter comprado um KINDLE (leitor de livros digitais) em 08/01/2021, por R\$ 331,55 (trezentos e trinta e um reais e cinquenta e cinco centavos) e ter recebido o produto com 15 dias. No entanto, após receber o produto, identificou que era diferente do que estava no anúncio, ou seja, no site/portal da Magalu (Magazine Luiza S/A).

Fora feita a devolução do produto dois dias depois do recebimento e foi requerida devolução do dinheiro, todavia a Magazine Luiza S/A alegou que não podia devolver o dinheiro e transformou em vale-compra.

A consumidora insatisfeita com tal imposição da empresa terminou por aceitar a transformação do valor em vale-compra, pois pretendia comprar outro produto em futuro breve.

Após isso, no dia 08/10/2021, comprou um celular Smartphone Samsung Galaxy modelo A10s 32GB vermelho, pelo valor de R\$ 779,00, utilizando o vale-compra de R\$ 331,55 (trezentos e trinta e um reais e cinquenta e cinco centavos) e pagando a diferença de R\$ 447,45 (quatrocentos e quarenta e sete reais e quarenta e cinco centavos). Ficou aguardando três dias para a concretização/confirmação da compra do celular e no dia 14/10/2021 cancelaram a compra supramencionada.

Na mesma data, 14/10/2021, comprou um segundo celular Smartphone Samsung Galaxy modelo A02s 32GB vermelho 4G, pelo valor de R\$ 719,10 (setecentos e dezenove reais e dez centavos) e fez a transferência/pagamento da diferença de R\$ 387,55 (trezentos e oitenta e sete reais e cinquenta e cinco centavos) através de sua conta corrente. Esperou três dias para a confirmação da compra e no dia 16/10/2021 a compra foi cancelada, sem que a requerente tenha solicitado o cancelamento ou dado causa ao mesmo.

Em 16/10/2021, comprou o celular Smartphone Samsung Galaxy modelo A02s 32GB vermelho 4G, pela segunda vez, por R\$ 764,10 (setecentos e sessenta e quatro reais e dez centavos), fez novamente a transferência/pagamento de R\$ 432,55 (quatrocentos e trinta e dois reais e cinquenta e cinco centavos), esperou três dias para a confirmação da compra e no dia 21/10/2021 esta compra também fora cancelada, sem que a requerente tenha solicitado ou tenha dado causa.

Fez contato com a demandada para saber o que ocorreu e lhe informaram que o cancelamento foi em decorrência do endereço da requerente que estava incorreto, fato que não procede.

Efetuiu a atualização do endereço, constatou que todos os dados estavam corretos, exceto o número do seu telefone, fato que não justifica o cancelamento das compras. As diferenças efetuadas das compras, referentes aos aparelhos celulares supracitados, foram devolvidas/creditadas na sua conta corrente no 0014918-7, Ag. 3785-0 no BRADESCO S/A.

Após essa última compra e cancelamento ligou para a requerente perguntando como ela tinha adquirido o vale-compra de R\$ 331,55 (trezentos e trinta e um reais e cinquenta e cinco centavos), foram prestadas as informações e afirmaram que iriam devolver o valor do vale compra supramencionado.

Para surpresa da requerente o vale-compra de R\$ 331,55 (trezentos e trinta e um reais e cinquenta e cinco centavos) desapareceu do site/sistema/portal do aplicativo MAGALU (Magazine Luiza S/A) e até apresente data não lhe deram qualquer informação apesar dos seus insistentes contatos requerendo a devolução do valor supracitado. (SÃO LUÍS, 2022, grifo nosso).

Diante dos fatos supramencionados extraídos do processo em comento, passa-se a breve análise jurídica, uma vez que a relação de consumo ocorre no ambiente de e-commerce, haja vista a empresa Magazine Luiza S/A apresenta-se como *Marketplace* uma modalidade de

comércio eletrônico, como anteriormente informado neste trabalho, trata-se de uma evolução do *e-commerce* puro, em que se configura como plataforma on-line que reúne vários vendedores ou fornecedores em um site, onde varejistas oportunizam a terceiros a venda de seus produtos.

A demanda versa sobre pedido de danos morais e materiais onde a consumidora adquiriu produto do site da fornecedora nos moldes da proposta ou oferta ali exposta e, ao chegar o produto em sua casa percebeu que não correspondia ao anunciado, ou seja, o fornecedor não exauriu a prestação que lhe cabia.

Assim, feita a devolução do produto, a consumidora solicitou a devolução do que foi pago, momento que o fornecedor disse não dispor do dinheiro e propôs um vale compra no exato valor pago pelo produto.

Ocorre que, mesmo aceitando a proposta de usar o vale compra, a consumidora tentou utilizá-lo para comprar três aparelhos celulares descritos na exordial acima, sem, contudo, ter sucesso nestes negócios.

A empresa limitou-se a declarar que os produtos tiveram compra cancelada por que o endereço da consumidora estava incorreto, o que foi negado por esta.

No mais, o fornecedor devolveu dos valores pagos inicialmente na tentativa de compra dos celulares, todavia, para a surpresa da consumidora o valor do vale compra sumiu do sistema da empresa MAGALU (Magazine Luiza S/A), e esta ficou sem seu ressarcimento e sem poder utilizar o famigerado vale compra.

O caso sob o prisma jurídico mostra a fragilidade do consumidor de um lado e o descaso do fornecedor de outro, pois o primeiro vinculou sua vontade de consumo aos moldes da proposta e oferta veiculada no site da empresa MAGALU, já esta agiu com manifesto despreparo desde o momento que firmou pacto pela concessão de vale compra no valor total pago pelo produto sem cumprir com os termos acordados desde a concepção do pacto.

Analisando-se toda a relação consumerista aqui desenhada, pode-se citar que houve transparência e boa-fé objetiva por parte do consumidor e ausência de transparência e boa-fé por parte do fornecedor. Este último, diga-se, manifestamente abusou da boa-fé do consumidor.

Assim, no caso concreto, pode-se inferir que assiste direito ao consumidor, pois o comportamento do fornecedor levou sem sobra de dúvidas a um desconforto, aborrecimento, descontentamento e por que não se falar em abalos psicológicos visto que, por três oportunidades em tempos e datas distintas, experimentou o dissabor de ter cancelada sua compra por motivos que nem chegou a ter conhecimento.

Destarte, com base nestas duas análises, e tendo por base o exposto até aqui, nota-se o quanto este novo cenário de consumo marcado pelo advento do e-commerce ainda necessita de avanços e construções, sobretudo construções de políticas de confiabilidade, reafirma-se, razoabilidade na análise e julgamento das provas levadas ao juízo da causa por consumidor e fornecedor, dos elementos de compra, da entrega do produto, da falta de entrega do produto, da falta de estorno do que já foi pago, do exercício do direito de arrependimento levando ao abuso no exercício desse direito, do vício dos produtos, da natureza singular de alguns dos serviços oferecidos, bem como produtos personalizados.

Ainda nesse plano de pesquisas convém relatar que foi feito questionário que abordou o tema direito de arrependimento no 7º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís-MA - Fórum do Calhau, no entanto, com base na resposta do referido Juizado (Anexo D), as demandas naquele juizado, na esfera de comércio eletrônico não se referiam ao direito de arrependimento, mas sim a demandas pela demora na entrega do produto e ali como já salientado antes, houve impossibilidade de filtragem por assunto pelo fato do sistema PJe (Processo Judicial Eletrônico) não demonstrar resultados. Em que pese essa situação conseguiu-se obter uma decisão que interessa ao tema e foi prolatada nesse juizado, senão a seguir expõe-se esta notícia¹:

Consumidor que não comprovou defeito de produto não tem direito à indenização

Uma loja de eletroeletrônicos não tem dever de indenizar se o defeito em aparelho celular foi causado por mau uso. Foi esse o entendimento de sentença proferida no 7º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís, em ação na qual um homem alegou ter adquirido um celular, que veio com um acessório defeituoso. A ação teve como parte demandada a B2W Companhia Global de Varejo. Narrou o autor ter comprado, no dia 25 de maio de 2021, um Smartphone Samsung Galaxy Note 20 256GB, pelo valor de R\$ 3.889,00. Alegou que o produto foi entregue com a caneta, que é um acessório que acompanha o celular, trincada.

Afirmou que, ao testar o celular utilizando a caneta, verificou que ela não funcionava, de modo que enviou o produto à assistência técnica, que por sua vez, alegou mau uso e exclusão da cobertura. Diante desse suposto cenário, ingressou com a demanda visando à substituição da caneta, além de indenização por danos morais. Em contestação, a ré alegou, preliminarmente, a necessidade de perícia técnica. Quanto ao mérito, sustentou que não é a fabricante do produto e tampouco é responsável por reparar possíveis vícios ocultos ou aparentes nele. Destaca que a ré que apenas comercializa produtos ao consumidor, não existindo, portanto, descumprimento do contrato firmado entre as partes, visto que a mercadoria fora entregue corretamente e dentro do prazo estipulado.

Outro fato alegado pela demandada é que não presta serviço de assistência técnica, e sequer tem conhecimentos necessários para avaliar se há defeito ou não do produto em questão. Afirmou, ainda, que a parte autora não colacionou ao processo provas cabais de que o produto tenha sido entregue com defeito. Daí, pediu pela improcedência da ação.

¹ As matérias em sua versão integral serão anexadas ao final do trabalho.

“Não há que se falar em necessidade de perícia, uma vez que as provas produzidas são perfeitamente suficientes ao julgamento do mérito, como adiante será demonstrado (...) Também não há que se falar em ilegitimidade processual, pois a ré é membro inegável da cadeia de consumo, pois foi quem efetivamente vendeu produto ao autor. Portanto, a princípio, isto a torna parte legítima para figurar no polo passivo da presente ação”, esclareceu a sentença. E colocou: “Importa salientar que, sendo o autor consumidor dos serviços prestados pela demandada, não há dúvidas de que se aplica ao caso o Código de Defesa do Consumidor (...) Analisando friamente o processo, entende-se que o pleito autoral não deve ser acolhido (...) A alegação do autor é de que o produto em comento já foi entregue com avaria, e não funcionava corretamente (...) Ocorre que, para comprovar minimamente suas alegações, o consumidor deveria ter observado o vício apontado logo após a entrega, e com presteza, encaminhado o acessório defeituoso à assistência técnica ou comunicado o fato à loja vendedora”.

NÃO TESTOU O PRODUTO

A Justiça observou que o próprio autor admitiu não ter testado o produto como um todo ao receber a encomenda, vez que não utilizou a caneta supostamente defeituosa em um primeiro momento. “Além disso, afirmou que até abrir a caixa, após a entrega, demorou de 7 a 10 dias (...) Dessa forma, somando o período em que o produto não fora aberto, e ainda, depois de aberto, o tempo em que não fora observado o defeito na caneta, é impossível verificar o nexo de causalidade entre o defeito observado e a conduta da ré, uma vez que nesse ínterim, a caneta poderia ter perecido por mau uso, como manuseio, queda, etc”, explicou.

Daí decidiu: “Dessa forma, considerando que a assistência técnica verificou que o defeito se deu por mau uso, com exclusão de garantia, e não foi apresentada qualquer prova em sentido contrário, o pleito autoral não deve ser acolhido (...) Muito embora haja, no caso em exame, a inversão do ônus probatório prevista no Código de Defesa do Consumidor, isto não desobriga a parte autora de comprovar minimamente os fatos constitutivos do seu direito (...) E no caso, mesmo aplicando a redução do módulo da prova, o conjunto probatório trazido aos autos pelo reclamante não permite concluir acerca da ocorrência dos danos declarados”.

Fonte: Disponível em: <<https://www.tjma.jus.br/midia/cgj/noticia/506038>>. Publicada em: 21/02/2022. (Grifo nosso). (Vide Anexo G).

Nota-se desta notícia, explicitando o julgado pelo 7º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís, em ação que versa sobre uma empresa de e-commerce sob a forma de *Marketplace*, mais um notável caso de defeitos nas relações de consumo dentro desse ambiente virtual. Porém, no caso em destaque, o próprio autor da ação, o consumidor, admitiu no decorrer do processo que não testou o produto como um todo quando da abertura da encomenda, e ainda afirmou que a abertura da caixa com o produto pretendido e adquirido, somente foi realizada, após 7 a 10 dias da entrega.

Desse modo, cumpre notar que estabelece o artigo 49, do CDC o prazo de 7 (sete) dias para o exercício do direito de arrependimento, portanto, a constatação da imprudência e culpa exclusiva do consumidor ensejou a não procedência do pedido pleiteado na lide. Em seus argumentos a Juíza Titular do Juizado, Maria José França Ribeiro, mostrou-se assertiva em sua decisão, por considerar que o período em que o produto não fora aberto, e ainda, o

tempo em que não fora observado o defeito na caneta, não podendo-se assim verificar o nexo de causalidade entre o defeito observado e a conduta da ré, tampouco se aferir a aplicação do direito de arrependimento do referido consumidor.

Continuando nessa linha de pesquisa também foram colhidos dados do PROCON/MA, perante a Unidade do Bairro Beira-Mar, sendo que este órgão em resposta² à primeira pergunta que trata-se: "Nos últimos cinco anos, o PROCON/MA tem reclamações envolvendo compras pelo comércio eletrônico?" afirmou o recebimento de reclamações em relação ao comércio eletrônico.

Quanto a segunda pergunta que refere-se: "Dentre essas reclamações, quantas referem-se ao direito de arrependimento (Art. 49, CDC)?", em sua resposta a Unidade informou que corresponde ao quantitativo de 301 (trezentos e um) reclamações que incidem sobre o art. 49, CDC que trata do direito de arrependimento.

Em resposta à terceira pergunta que diz respeito à ocorrência de soluções quanto as reclamações anteriormente levantadas, perguntando-se: "Das reclamações que referem-se ao direito de arrependimento, quantas já foram solucionadas?", assim declarou o órgão que 294 (duzentos e noventa e quatro) reclamações foram solucionadas.

No que tange a quarta e última pergunta, a saber: "Em relação às reclamações solucionadas, quantas foram decididas pela prevalência do direito de arrependimento e quais os principais fundamentos adotados para tomada de decisão?" a referida Unidade informou que 294 (duzentos e noventa e quatro) reclamações foram solucionadas, com base no Art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, observando-se como principais fundamentos utilizados nas decisões a verossimilhança das alegações e a comprovação do ocorrido, com toda a documentação juntada pelo autor da reclamação, citando como exemplo dessa comprovação, o protocolo de atendimento, extrato de compra e nota fiscal do produto.

Em última análise, quanto à quarta pergunta do questionário aplicado a Unidade do PROCO/MA, esta reforçou que quanto aos pedidos geralmente tratam-se de devolução do produto e a restituição do valor pago. E para que a demanda seja considerada como resolvida, o fornecedor deve cumprir com o pedido do consumidor e comprovar em sua defesa administrativa, pelos meios probatórios admissíveis, como: comprovante de pagamento, comprovante de recebimento do produto, entre outros, conforme afirmado anteriormente.

Neste sentido, analisando estes dados verifica-se como o comércio eletrônico tem se desenvolvido como novo negócio, pois, como se vê há reclamações registradas, e, no que

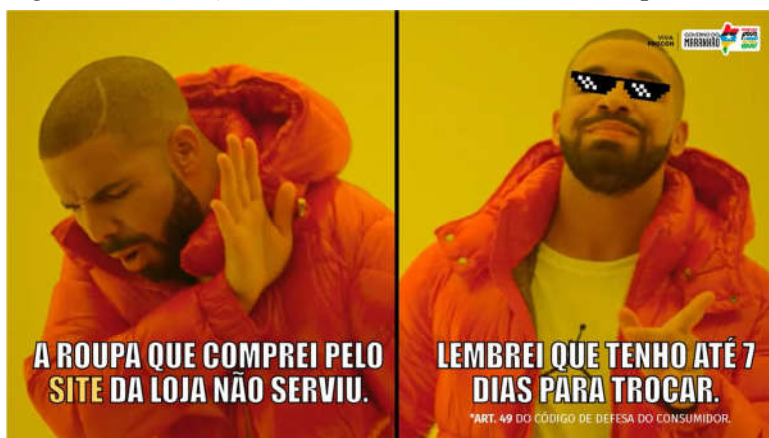
² As respostas em sua versão integral serão anexadas ao final do trabalho.

tange ao direito de arrependimento são centenas de casos em que este direito se mostra como base para a solução das reclamações consumeristas, dentre as causas resolvidas tendo o direito de arrependimento como protagonista, percebe-se que os fundamentos para a solução a favor do consumidor são as provas exibidas por este, então fica claro que não basta invocar o direito de arrependimento tem que se provar que houve a relação consumerista, para, depois, invocá-lo como forma de solução de conflitos entre fornecedor e consumidor.

Outro ponto digno de destaque é que a demanda só se considera revolvada quando o fornecedor prova que fez sua parte, anexando comprovante de pagamento ou comprovante de recebimento do produto.

Convém salientar que o PROCON também se destaca aplicando multas e promovendo informes acerca do direito de arrependimento, veja-se esta imagem e informações:

Figura 1: Orientação PROCON/MA - Direito de arrependimento



FONTE: SITE PROCON/MA (2021).

Compras pela internet dão direito a troca ou desistência, orienta PROCON/MA
Produtos que não servem, que não possuem a qualidade esperada ou que simplesmente o consumidor não tem mais interesse, quando comprados pela internet, catálogos ou telemarketing, dão direito a trocas ou mesmo à desistência.

Chamado de direito ao arrependimento ou período de reflexão, a garantia é contemplada pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) e obedece a algumas regras.

“Está previsto no artigo 49 do CDC que toda compra realizada fora do estabelecimento comercial, mesmo que seja de um produto ou serviço sem defeitos, está sujeita ao direito de arrependimento”, explicou a presidente do PROCON/MA, Karen Barros.

O chamado prazo de reflexão é de até sete dias para desistência ou pedido de troca, contados a partir do recebimento do produto ou da assinatura do contrato de um serviço.

“É fundamental guardar os comprovantes dessa solicitação feita aos fornecedores, seja o protocolo da ligação, e-mail ou prints que comprovem o contato”, ressaltou Karen.

Se não tiver o direito respeitado, o consumidor lesado poderá formalizar sua denúncia ao PROCON/MA por meio do site www.procon.ma.gov.br, aplicativo PROCON MA, ou presencialmente, mediante agendamento prévio para uma das

unidades. A marcação está disponível também no site, aplicativo ou telefones (98) 3261-5100 ou 151.

Fonte: Disponível em: <<https://www.procon.ma.gov.br/compras-pela-internet-dao-direito-a-troca-ou-desistencia-orienta-procon-ma/#:~:text=Compras%20pela%20internet%20d%C3%A3o%20direito,trocas%20ou%20mesmo%20%C3%A0%20desist%C3%Aancia.>>. Publicado em: 17/05/2021. (Grifo nosso). (Vide Anexo H).

PROCON/MA multa empresa aérea em R\$ 700 mil por cobrança abusiva

O Instituto de Promoção e Defesa do Cidadão e Consumidor (PROCON/MA) multou a Azul Linhas Aéreas em R\$ 700 mil por cobrança indevida para cancelamento de passagem aérea e **por descumprir o prazo previsto para arrependimento da compra**. Segundo a decisão, emitida na última quinta-feira (2), é abusiva a cobrança da chamada “taxa de conveniência”.

A taxa já está embutida nas compras de passagens aéreas realizada nos balcões da empresa ou pela internet, sendo isenta somente nas compras feitas pelo aplicativo e por clientes do plano “Tudo Azul”. Segundo as regras da empresa, a taxa permite que o cliente desista da passagem em até 30 horas após a compra, com reembolso do valor total.

Segundo o presidente do PROCON/MA, tanto o prazo oferecido para a desistência quanto a cobrança da taxa infringem o previsto pelo Código de Defesa do Consumidor. “A empresa está cobrando por algo que já é direito do consumidor em compras feitas pela internet, além de estipular um prazo menor do que o previsto no artigo 49 do CDC. Por isso estamos aplicando a sanção a fim de assegurar que o Direito do Consumidor seja respeitado na forma da lei”, afirmou o presidente.

Cabe ressaltar que o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) prevê que o consumidor tem o prazo de até 7 dias para se arrepender da compra de qualquer produto ou serviço feita fora do estabelecimento comercial, por telefone ou internet, por exemplo.

Da mesma forma, o artigo 39 do mesmo Código qualifica como prática abusiva a cobrança de vantagem manifestamente excessiva, na medida em que a empresa cobra do consumidor por direito assegurado em lei.

A Azul Linhas Aéreas tem até 10 (dez) dias para realizar o pagamento da multa, sob risco de ser inscrita na dívida ativa do Estado, com subsequente cobrança executiva. Caso os consumidores percebam que as cobranças indevidas continuam sendo realizadas, as denúncias podem ser feitas por meio do aplicativo, site, ou em qualquer unidade física do PROCON/MA.

Fonte: Disponível em: <<https://www.procon.ma.gov.br/proconma-multa-empresa-aerea-em-r-700-mil-por-cobranca-abusiva/>>. Publicado em: 7/03/2017. (Grifo nosso). (Vide Anexo I).

Ante ao exposto, levando-se em consideração dados desta pesquisa, observa-se, e reafirma-se que há casos em que o fornecedor e o consumidor possuem razão em suas reivindicações, mas o mais importante é que a análise dos julgados não se atenha somente ao que dispõe a Lei Consumerista, mas também ao que se desenhou no caso concreto, pois somente assim é há possibilidade de se chegar a um plano de equilíbrio que promova medida de justiça, dentro dos parâmetros da proporcionalidade, da legalidade e da razoabilidade, verificando, de forma racional, ponderada e sistemática todos os detalhes e situações que envolvam a situação fático-jurídica que ora se apresenta para julgamento.

Posto isso, conclui-se que tanto para o varejo na Internet como para os negócios em estabelecimento presencial, não deve ser descuidado a realidade jurídico-econômico-

social das figuras envolvidas na relação de consumo, deve-se sobretudo resguardar os limites legais de cada uma das partes nesta relação, afim de se evitar abusos de direitos.

Ademais, por ser o e-commerce uma forma de comércio que promove o alcance de mais clientes de qualquer lugar e em todo lugar, devido a mobilidade do tráfego na internet, haja vista que com um clique você adiciona um produto em um carrinho on-line e com mais um clique você finaliza esta compra, independente de onde esteja, tanto o consumidor, quanto o fornecedor, assim é fundamental que, ao longo dessas relações, em meio as contratações no ambiente virtual, as partes mantenham um caráter mútuo de boa-fé, razoabilidade e equilíbrio, como forma de promover um formato de negócio mais seguro.

Diante disso, cumpre destacar o que bem orienta Patricia Pinheiro (20, p.62) que: "Quanto mais gente, mais oportunidades, e mais riscos, pois vivemos em rede, em uma grande comunidade digital na qual o comportamento de um gera consequências para todos".

Portanto, por todo o exposto neste trabalho, e considerando-se o momento atual de transformação digital, e real crescimento do e-commerce, enquanto ocorrerem situações corriqueiras de defeitos no curso dessas relações de consumo, em que não fica claro por parte do consumidor ou do fornecedor como resolver a questão, pode-se recorrer aos órgãos de Defesa do consumidor ou ao judiciário, e a estes cabe aplicar ao caso concreto uma justa medida de interpretação da lei, promovendo assim o melhor equilíbrio na relação.

5 CONCLUSÃO

Diante da existência de novas situações nascidas no ambiente do comércio eletrônico, conseqüentemente surgiu também a necessidade de uma interpretação caso a caso para ponderar a aplicação da defesa ao consumo no ordenamento pátrio, de forma a refletir na harmonização e equilíbrio dessas relações de consumo.

Dessa forma, a pesquisa abordou a aplicação do direito de arrependimento concernente a prática do E-commerce, partindo da hipótese que embora o Código de Defesa do Consumidor, não trate objetivamente do comércio realizado por meio da Internet, há o reconhecimento deste instituto no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor no que corresponde ao comércio eletrônico, reforçada pela Lei do E-commerce (Decreto Federal nº 7.962/2013).

Constatando-se no decorrer da pesquisa que em muitos casos o direito de arrependimento cumpre seu objetivo básico, que é de promover a conveniência e a oportunidade no ato de consumo, coibindo as práticas comerciais corrompidas por um marketing injusto. Todavia a situação ainda carece de um esclarecimento entre os sujeitos dessa relação jurídica, quanto ao estabelecimento das regras e limites quando do exercício do direito de arrependimento na aplicação do comércio eletrônico.

Desse modo, ao longo do presente trabalho procurou-se demonstrar o conceito e os aspectos jurídicos do comércio eletrônico no Brasil, para isso iniciou-se com a análise do direito de arrependimento, descrevendo à luz do CDC o conceito de direito de arrependimento e as inferências quanto ao exercício desse instituto.

Diante disso, verificou-se que o direito de arrependimento é o instituto que propõe-se principalmente garantir ao consumidor a oportunidade de retroceder, de desistir de determinado negócio, se porventura notar que as condições ofertadas por meio não direto não estejam adequadas a realidade do produto ou serviço contratado, desta forma ele é permitido no ordenamento jurídico brasileiro, por ocorrer em conformidade com princípios que regem o sistema.

Em seguida foi dado enfoque ao E-commerce, mostrando seus aspectos conceituais e históricos, bem como a evolução das modalidades desse comércio eletrônico, e sua previsão normativa, sendo observados os princípios assegurados tanto ao consumidor, quanto ao fornecedor nas relações de E-commerce, como forma de destacar posicionamentos sobre a validade do exercício do direito de arrependimento no comércio eletrônico.

Nessa perspectiva, percebe-se cada vez mais evidente a necessidade de continuar o diálogo sobre esse instituto nas relações de e-commerce e entre os sujeitos dessa relação consumerista, bem como operadores do Direito, como forma de ajudar a resguardar tanto as expectativas e necessidades do consumidor, quanto a preservar a autossuficiência dessa espécie de fornecedor online, tendo em vista que o direito de arrependimento em algumas circunstâncias do comércio eletrônico não pode ser posto como absoluto, pois se assim fosse, acarretaria em prejuízos e quebras econômicas, especialmente de pequenas e médias empresas.

No segundo capítulo abordou-se a figura jurídica do abuso de direito, fazendo um paralelo importante como as relações consumeristas, uma vez que possui conexão não somente com a legislação consumerista, mas faz-se necessário olhar para os conceitos estabelecidos pelo Código Civil de 2002 para melhor entender e considerar o valor desse instituto nas relações de consumo de comércio eletrônico.

Constatou-se, pela análise do art. 113, § 1º, I, do Código Civil de 2002 a confirmação das intenções das partes por meio da verificação dos comportamentos concludentes, reconhecendo assim o caráter dinâmico e não mais uma visão individualista no trato das relações obrigacionais.

Prosseguindo-se foram identificados o conceito de abuso de direito, ou ainda, como o ato ilícito pode configurar abuso de direito, em seguida passou-se a verificar quais os elementos para a configuração do abuso de direito até chegar nas consequências advindas da violação. Também foi discutido pontos importantes nos campos legal, doutrinário e jurisprudencial, visando elucidar e marcar posição no tocante ao abuso de direito no exercício do direito de arrependimento dentro das relações consumeristas praticadas no âmbito do comércio eletrônico (E-commerce).

No que tange ao capítulo três, mostrou-se a relevância do comércio eletrônico, seus avanços e dificuldades, bem como revelou-se de forma importante e especial o direito de arrependimento e sua mitigação no comércio eletrônico.

Nesse sentido, abordou-se a análise de quando se torna abuso de direito o exercício do direito de arrependimento dentro dessa modalidade de comércio, além de apresentar uma análise demonstrativa sobre a possibilidade de mitigação do direito de arrependimento ante a prática no E-commerce, por meio do entendimento jurisprudencial de alguns Tribunais de Justiça Estaduais, quando do enfrentamento à situação fático-jurídica que ora se apresenta para julgamento.

Assim, reconheceu-se que os consumidores precisam do direito à reflexão, previsto no art. 49, do Código de Defesa do Consumidor, nos 7 (sete) dias a contar do ato de recebimento do produto ou serviço, ainda mais quando se trata de uma relação de consumo em ambientes virtuais, onde não lhe foi dada oportunidade de ter contato prévio, entretanto, refutou-se exercer seu direito de arrependimento, quando este ultrapassa certos limites legais, e se transforma em verdadeiros e manifestos abusos de direito, provocando desequilíbrio e prejuízos ao fornecedor, constatando-se desse modo a mitigação do exercício do direito de arrependimento como a medida mais justa diante desses casos.

Além disso, verificou-se após aplicação de questionário de pesquisa perante o PROCON Maranhão e Juizados 7º e 12º Cíveis e das Relações de Consumo de São Luis-MA, a reafirmação da existência de casos que envolvam defeitos nas relações consumerista do comércio eletrônico, e dentre as reclamações que invoquem o direito de arrependimento, constatou-se que o mais importante quando da análise do caso concreto é além de se ater ao que dispõe a Lei Consumerista, também se verificar a apresentação de provas que demonstrem o que se desenhou no caso concreto, mantendo parâmetros da proporcionalidade, da legalidade e da razoabilidade quando da decisão.

Ante ao exposto, resta evidente a necessidade de aprimoramento do comércio eletrônico no nosso país, sobretudo, no uso do direito de arrependimento nas relações consumerista, pois para evitar abusos a proposta ideal seria mitigar o exercício do direito de arrependimento, visando em última análise trazer equilíbrio, ponderação e razoabilidade entre as figuras, consumidor e fornecedor, dentro do E-commerce.

Dessa forma, entendeu-se também e depreende-se da pesquisa que a alteração da forma de redação dos contratos eletrônicos, descartando as condições de abusividade e retirando cláusula nula, além de torná-los instrumentos mais claros, objetivos e acessíveis, em que constem os requisitos legais, no entanto mais diretos e simplificados para uma melhor interpretações seriam medidas para melhorar as tratativas no âmbito do comércio eletrônico.

Por fim, conclui-se que mitigar o resguardo absoluto das perspectivas e anseios do consumidor, por meio da relativização de sua hipossuficiência, em prol da preservação da autonomia da espécie de fornecedor online categorizada pelo e-commerce seria um meio de possibilitar o equilíbrio entre o consumidor e fornecedor.

Uma vez que, o fornecedor poderá se valer deste excesso para requerer o fim do negócio, possível reparação ou tutela inibitória de futuras práticas do consumidor que o possam prejudicar moralmente, economicamente, bem como sua imagem empresarial. Portanto, mitigando o direito de arrependimento, o ponderando, caso a caso, com a finalidade

de examinar com quem assiste a razão em cada caso concreto, torna-se um caminho para cercear desigualdades na relação consumerista de e-commerce, constatando-se mais uma vez a relevância por mais segurança jurídica quanto a aplicação desse instituto, atingindo assim o objetivo deste trabalho.

REFERÊNCIAS

- ABCOMM. **Faturamento do e-commerce cresce 56,8% e chega a R\$ 41,92 bilhões.** ABCOMM, 21 de set. de 2020. Disponível em: <[https://sbvc.com.br/faturamento-do-e-commerce-cresce-568-e-chega-a-r-4192-bilhoes/#:~:text=O%20e%2Dcommerce%20brasileiro%20faturou,de%20Com%C3%A9rcio%20Eletr%C3%B4nico%20\(ABComm\).](https://sbvc.com.br/faturamento-do-e-commerce-cresce-568-e-chega-a-r-4192-bilhoes/#:~:text=O%20e%2Dcommerce%20brasileiro%20faturou,de%20Com%C3%A9rcio%20Eletr%C3%B4nico%20(ABComm).)>. Acesso em 27 de abr. de 2022.
- AMARAL JUNIOR, Alberto do. A boa-fé e o Controle das Cláusulas Contratuais abusivas nas relações de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 06, abril/junho-1993.
- ARAÚJO, Marcelo Barreto de. **Comércio eletrônico**; Marco Civil da Internet; Direito Digital. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2017.
- BAHIA. Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, Salvador, Bahia. **APELAÇÃO CÍVEL 0580546-45.2015.8.05.0001**, Primeira Câmara Cível, Relator: Gustavo Silva Pequeno, Data de Publicação: 18/05/2020. Disponível em: <https://jurisprudenciaws.tjba.jus.br/inteiroTeor/36c6ba71-f3b8-3517-a958-9e2092a4e392>. Acesso em: 04 abr. 2022.
- BASTOS, Igor Oliveira Menezes Bittencourt. **As relações de consumo no âmbito virtual.** UCSA, 2020. Disponível em: <<http://ri.ucsal.br:8080/jspui/bitstream/prefix/2712/1/TCCIGORBASTOS.pdf>> Acesso em 28 fev. 2022.
- BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad de. **Manual de direito do consumidor**. 4. ed. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014.
- BOWLES, Esteban. **A Covid-19 e a transformação do comércio eletrônico no Brasil.** 2020. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/a-covid-19-e-a-transformacao-do-comercio-eletronico-no-brasil/>>. Acesso em 26 de abr. de 2022.
- BRASIL, **Código Civil, 2002**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm>. Acesso em: 26 fev. 2022.
- BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 26 fev. 2022.
- BRASIL. **Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942**. Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del4657.htm> Acesso em: 26 fev. 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: 26 fev. 2022

BRASIL. **Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 26 fev. 2022.

BRASIL. **Lei nº 12.376, de 30 de dezembro de 2010.** Altera a ementa do Decreto-Lei no 4.657, de 4 de setembro de 1942. Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112376.htm> Acesso em: 26 fev. 2022

BRASIL. **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 da pandemia do coronavírus (Covid-19). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14010.htm> Acesso em: 28 fev. 2022.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. **RECURSO ESPECIAL Nº 1.340.604 RJ 2012/0141690-8** Segunda Turma do Superior Tribunal de Justiça, Rel. Ministro Mauro Campbell Marques, Data de Julgamento: 15/08/2013, Data de Publicação: DJe 22/08/2013. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201201416908&dt_publicacao=22/08/2013. Acesso em: 01 mar. 2022.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. **AgRg no AREsp 533.990/MG**, AGRAVO REGIMENTAL NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 533.990 - MG (2014/0146488-9), Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, Rel. Ministro Moura Ribeiro, Julgado em 18/08/2015, DJe 27/08/2015. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201401464889&dt_publicacao=27/08/2015. Acesso em: 01 jun. 2022.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. **AgInt no AREsp: 1039613 SP 2017/0002656-0** AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL, Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, Rel. Ricardo Villas Bôas Cueva, Data de Julgamento: 19/10/2020, Data de Publicação: DJe 29/10/2020. Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201700026560&dt_publicacao=29/10/2020. Acesso em: 01 mar. 2022.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Civil: contratos.** 5. ed., São Paulo: Saraiva, 2012.

COMPRAS pela internet dão direito a troca ou desistência, orienta PROCON/MA. In. PROCON/MA. **Anais eletrônicos** [...]. São Luís, 17 maio 202. Disponível em: <<https://www.procon.ma.gov.br/compras-pela-internet-dao-direito-a-troca-ou-desistencia-orienta-procon-ma/#:~:text=Compras%20pela%20internet%20d%C3%A3o%20direito,trocas%20ou%20mesmo%20%C3%A0%20desist%C3%Aancia.>>. Acesso em: 31 maio 2022.

COSTA, José Eduardo. **Sem Limites: do pequeno comércio de sapatos ao maior e-commerce da América Latina.** São Paulo: Editora Gente, 2017.

D'AQUINO, Lúcia Souza. Direito do Consumidor. In: HACKEROTT, Nádia Andreotti Tuchumante, coordenadora. **Aspectos Jurídicos do E-commerce**. 1.ed. - São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 104-154.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro**. Teria das Obrigações Contratuais e Extracontratuais. 24° ed. v.3. São Paulo: Saraiva, 2008.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Acórdão 859614, **APELAÇÃO CÍVEL 20140111271556**, 6ª Turma Cível, Relator: Jair Soares, Data de Julgamento: 8/04/2015, Publicado no DJE: 14/04/2015. Pág.: 336. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj?visaoId=tjdf.sistj.acordaoeletronico.buscaindexada.apresentacao.VisaoBuscaAcordao>. Acesso em: 04 abr. 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **RECURSO INOMINADO 07011601120188070004**, Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, Relatora: Sonéria Rocha Campos D'Assunção, Data de Julgamento: 14/3/2019, Publicado no DJE: 26/3/2019. Pág.: Sem Página Cadastrada. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj?visaoId=tjdf.sistj.acordaoeletronico.buscaindexada.apresentacao.VisaoBuscaAcordao>. Acesso em: 04 abr. 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **APELAÇÃO CÍVEL 0700806-34.2019.8.07.0009** 1ª Turma Cível, Relator: Carlos Rodrigues, Data de Julgamento: 27/05/2020, Data de Publicação no DJe: 12/6/2020. Pág.: Sem Página Cadastrada. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>. Acesso em: 01 mar. 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Acórdão 859614, **RECURSO INOMINADO CÍVEL 0754480-03.2019.8.07.0016** Primeira Turma Recursal, Relator: Aiston Henrique de Sousa, Data de Julgamento: 17/07/2020, Publicado no DJE: 14/08/2020. Pág.: Sem Página Cadastrada. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>. Acesso em: 01 mar. 2022.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **APELAÇÃO 0711858-74.2021.8.07.0003** 8ª Turma Cível, Relator: Diaulas Costa Ribeiro, Data de Julgamento: 16/09/2021, Data de Publicação no DJe: 28/09/2021. Pág.: Sem Página Cadastrada. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>. Acesso em: 04 abr. 2022.

EXCESSO. In: **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**. 2006. Disponível em: < <https://dicionario.priberam.org/%20excesso> >. Acesso em: 09 maio 2022.

FARIAS, Cristiano Chaves; ROSENVALD, Nelson; NETTO, Felipe Peixoto Braga de. **Curso de direito civil: responsabilidade civil**, volume 3. 2. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 2015.

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. **Manual de direito civil**: volume único. 5. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência**. 11ª ed. Salvador: Editora Juspodivm, 2015.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Coleção Direito Civil Brasileiro**. Volume 1 - 18. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

GONÇALVES, Rafael Augusto Leandro. O direito do consumidor no e-commerce. **REVISTA JURÍDICA ELETRÔNICA**. Ano 6, Número 8, Fevereiro, 2017 Universidade de Rio Verde. ISSN2177 – 1472. 65. Disponível em: <[https://www.unirv.edu.br/conteudos/fckfiles/files/6%20-%20O%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR%20NO%20E-COMMERCE\(1\).pdf](https://www.unirv.edu.br/conteudos/fckfiles/files/6%20-%20O%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR%20NO%20E-COMMERCE(1).pdf)> Acesso em 28 fev. 2022.

HACKEROTT, Guilherme Barzagli. Breve Evolução Histórica do E-commerce. In: HACKEROTT, Nádia Andreotti Tuchumante, coordenadora. **Aspectos Jurídicos do E-commerce**. 1.ed. - São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 17-30.

MAGALHÃES, Thomas Gibello Gatti Magalhães. Condições de Pagamento. In: HACKEROTT, Nádia Andreotti Tuchumante, coordenadora. **Aspectos Jurídicos do E-commerce**. 1.ed. - São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 209-222.

MARANHÃO. Tribunal de Justiça do Estado do Maranhão. **APELAÇÃO CÍVEL 0113502018** Sexta Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Maranhão, São Luís, Maranhão, Relatora: Anildes de Jesus Bernardes Chaves Cruz, Data de Julgamento: 30/08/2018, Publicado no DJE: 06/09/2018. Disponível em: <http://jurisconsult.tjma.jus.br/#/sg-jurisprudence-list>. Acesso em: 20 maio 2022.

MARANHÃO. Tribunal de Justiça do Estado do Maranhão. **APELAÇÃO CÍVEL 0802437-27.2020.8.10.0001** Sexta Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Maranhão, São Luís, Maranhão, Relator: Luiz Gonzaga Almeida Filho, Data de Julgamento: 08/07/2021. Disponível em: <http://jurisconsult.tjma.jus.br/#/sg-jurisprudence-list>. Acesso em: 20 maio 2022.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MENEZES CORDEIRO, António Manuel da Rocha e: **Da boa-fé no direito civil**, 2015. Tese (DOUTORADO) - Biblioteca do Tribunal de Justiça do DF e territórios, Coimbra, Almedina, 2015.

MESQUITA, Michael. Consumidor que não comprovou defeito de produto não tem direito à indenização. In: ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO CORREGEDORIA GERAL DA JUSTIÇA TJMA. **Anais eletrônicos** [...]. São Luís, 21 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.tjma.jus.br/midia/cgi/noticia/506038>>. Acesso em: 31 maio 2022.

MIRAGEM, Bruno. **Abuso do direito: ilicitude objetiva e limite ao exercício de prerrogativas jurídicas no direito privado**. 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

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

- MUCELIN, Guilherme. Direito do Consumidor. In: HACKEROTT, Nádia Andreotti Tuchumante, coordenadora. **Aspectos Jurídicos do E-commerce**. 1.ed. - São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 104-154.
- NADER, Paulo. **Curso de Direito Civil**. Parte Geral – vol. 1. Rio de Janeiro: Forense, 2004.
- NORONHA, Fernando. **Direito das obrigações**. 4ª. ed. - Saraiva: São Paulo, 2013, p. 175
- NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2018.
- NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2018.
- PEIXOTO, Rodney de Castro. **O comércio eletrônico e os contratos**. Rio de Janeiro: Forense, 2001.
- PINHEIRO, Patricia Peck. **Direito digital**. 5. ed. rev., atual. e ampl. de acordo com as Leis n. 12.735 e 12.737, de 2012 — São Paulo: Saraiva, 2013.
- PROCON/MA multa empresa aérea em R\$ 700 mil por cobrança abusiva. PROCON/MA. **Anais eletrônicos** [...]. São Luís, 7 mar 202. Disponível em: <<https://www.procon.ma.gov.br/proconma-multa-empresa-aerea-em-r-700-mil-por-cobranca-abusiva/>>. Acesso em: 31 maio 2022.
- REALE, Miguel. **Sentido do Novo Código Civil**. Disponível em: <<http://www.miguelreale.com.br/artigos/sentncc.htm>>. Acesso em 03 maio 2022.
- REBOUÇAS, Rodrigo Fernandes. Termos e Condições de uso e política de privacidade. In: HACKEROTT, Nádia Andreotti Tuchumante, coordenadora. **Aspectos Jurídicos do E-commerce**. 1. ed. - São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 185-208.
- SÃO LUÍS. 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís-MA - João de Deus. **Petição Inicial Processo nº 0800517-93.2022.8.10.0018**. Hariane Haida Souza de Carvalho. Souza Soares Turismo LTDA - ME. Relator: Luis Pessoa Costa. São Luís, MA, 16 de maio de 2022. São Luís. Disponível em: <https://pje.tjma.jus.br/pje/ng2/dev.seam#/painel-usuario-interno>. Acesso em: 24/05/2022
- SÃO LUÍS. 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís-MA - João de Deus. **Petição Inicial Processo nº 0800472-89.2022.8.10.0018**. Regina Machado da Silva. Magazine Luiza S/A. Relator: Luis Pessoa Costa. São Luís, MA, 08 de abril de 2022. São Luís. Disponível em: <https://pje.tjma.jus.br/pje/ng2/dev.seam#/painel-usuario-interno>. Acesso em: 24/05/2022.
- SÃO PAULO. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **APELAÇÃO CÍVEL 0007367-28.2011.8.26.0281**, 11ª Câmara Extraordinária de Direito Privado, Relator: Leonel Costa, Data de Julgamento: 20/08/2014, Data de Publicação: 27/08/2014. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/resultadoCompleta.do>. Acesso em: 04 abr. 2022.
- TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil**, volume único. 11. ed. – Rio de Janeiro: Forense; METODO, 2021.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual, volume único. 10. ed. – Rio de Janeiro: Forense; Método, 2021.

VENOSA, Sílvio de Salvo; RODRIGUES, Cláudia. **Código Civil interpretado**. 4. ed., São Paulo: Atlas, 2019.

ZACHO, Ricardo. O que é marketplace? Veja as vantagens e desvantagens. **E-commerce Brasil**, 15 jun. 2017. Disponível em:
<<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/marketplace-vantagens-e-desvantagens/>>.
Acesso em: 27 abr. 2022.

GLOSSÁRIO

BUSINESS ADMINISTRATION - Negócios para Empresa

BUSINESS TO BUSINESS - De Empresa para Empresa

BUSINESS TO CONSUMER - De Empresa para Consumidor

CONSUMER TO BUSINNES - De Consumidor para Empresas

CONSUMER TO CONSUMER - De Consumidor para Consumidor

COVID-19 - Corona Vírus Disease - Doença Coronavírus

DELIVERY - Entrega

E-COMMERCE - Comércio Eletrônico

APÊNDICES

APÊNDICE A - Questionário para Juizados

1- Nos últimos cinco anos, o Juizado tem ações envolvendo compras pelo comércio eletrônico?

2 - Dentre essas ações, quantas referem-se ao direito de arrependimento (Art. 49, CDC)?

3 - Das ações que referem-se ao direito de arrependimento, quantas já foram solucionadas?

4 - Em relação às ações solucionadas, quantas foram decididas pela prevalência do direito de arrependimento e quais os principais fundamentos adotados para tomada de decisão?

APÊNDICE B - Questionário para PROCON/MA

1-Nos últimos cinco anos, o PROCON/MA tem reclamações envolvendo compras pelo comércio eletrônico?

2-Dentre essas reclamações, quantas referem-se ao direito de arrependimento (Art. 49, CDC)?

3-Das reclamações que referem-se ao direito de arrependimento, quantas já foram solucionadas?

4 - Em relação às reclamações solucionadas, quantas foram decididas pela prevalência do direito de arrependimento e quais os principais fundamentos adotados para tomada de decisão?

ANEXOS

ANEXO A - Ofício da Instituição, solicitando a Autorização para Pesquisa de Campo no 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís - João de Deus



Ofício nº 007/DIR/2022.1

São Luís, 17 de maio de 2022.

Ao Excelentíssimo Dr. Luís Pessoa Costa

Juiz Titular do 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís - João de Deus.

Assunto: Autorização para Pesquisa de Campo

Ilustríssimo Senhor,

A Coordenação do Curso de Direito da UNDB - Centro Universitário, serve-se do presente para solicitar autorização para a aluna **Alana Lislea Conceição Araujo**, matriculada no curso Direito, sob o número de matrícula: 002-016007 - 10º Período, sob a orientação do Professor Me. Arnaldo Vieira Sousa, autorização para coleta de dados nesta instituição, com a finalidade de realizar pesquisa científica para Trabalho de Conclusão de Curso intitulada: **“E-commerce e direito de arrependimento: mitigação e vedação ao abuso”**, cujo objetivo é analisar a possibilidade de mitigação do direito de arrependimento ante a prática de E-commerce como meio de vedação ao abuso de direito.

A relevância da pesquisa baseia-se na grande importância que a abordagem da temática apresenta para a continuidade da compreensão concernente ao direito de arrependimento quando exercido em atividades econômicas fora do estabelecimento comercial nas quais estejam o consumidor e o fornecedor, uma vez que este instituto é garantido ao consumidor, visando proporcionar mais segurança a este, quando da oferta em uma relação de mercado. Assim, a coleta de dados ocorrerá mediante a utilização de questionário, visando obter dados referentes às ações que tramitam neste Juizado para subsidiar a discussão no que tange as interpretações e decisões judiciais sobre o tema.

A discente, assume o compromisso de utilizar os dados obtidos somente para fins científicos, bem como de disponibilizar os resultados obtidos para esta instituição.

Limitado ao exposto, ficamos à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,



Prof. Dr. Arnaldo Vieira Sousa
Coordenador do Curso de Direito – UNDB
Prof. Dr. Arnaldo Vieira Sousa
Coordenador do Curso de Direito
UNDB

ANEXO B - Respostas do Questionário aplicado no 12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís - João de Deus



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO MARANHÃO
Corregedoria Geral da Justiça
12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de
São Luís

OFC-12JECEDRCSL - 132022
Código de validação: B3E9808789

São Luís/MA, 10 de junho de 2022

Ao Ilustríssimo Senhor Arnaldo Vieira Sousa

Professor Coordenador do Curso de Direito - UNDB

NESTA

Assunto: Resposta de solicitação de pesquisa de campo

Aluna: Alana Lislea Conceição Araújo

Matrícula: 002-016007

Orientador: Me. Arnaldo Vieira Sousa

Tema: E-commerce e direito de arrependimento: mitigação e vedação ao abuso

Senhor Professor Coordenador,

Em resposta ao ofício 007/DIR/2022.1, da Coordenação do Curso de Direito da UNDB, no qual consta solicitação de autorização de pesquisa de campo da Aluna Alana Lislea Conceição



OFC-12JECEDRCSL - 132022 / Código: B3E9808789
Valide o documento em www.tjma.jus.br/validadoc.php



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO MARANHÃO
Corregedoria Geral da Justiça
12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de
São Luís

Araújo, informo:

Respostas:

1- Nos últimos cinco anos, o Juizado tem ações envolvendo compras pelo comércio eletrônico?

Resposta: Sim.

2 - Dentre essas ações, quantas referem-se ao direito de arrependimento (Art. 49, CDC)?

Resposta: Em virtude da pesquisa ser coletada com base nos dados contidos no sistema do PJe (Processo Judicial Eletrônico), sistema esse utilizado por este Juizado, assim, tendo em vista que a busca é feita por assunto, não foi possível levantar dados estatísticos correspondentes ao direito de arrependimento, devido a impossibilidade sistêmica da filtragem por esse assunto.

No entanto, visando contribuir para a referida pesquisa, este Juizado, com autorização deste magistrado disponibilizou na forma de amostragem alguns processos sobre três "Assuntos" que considerou manter consonância com o comércio eletrônico, concedendo à pesquisadora a Petição Inicial e sentença, quando esta última já foi prolatada, dos referidos processos, conforme delimitado a seguir:

Pesquisa feita com data de autuação abrangendo o período de 01/01/2017 a 24/05/2002 (que corresponde ao lapso temporal de 5 anos, conforme apresenta-se na Primeira pergunta do questionário da pesquisadora):

1º Assunto: Substituição do Produto

Foram encontrados 18 (dezoito) resultados neste Juizado, conforme demonstra o "print" da tela do PJe, em anexo, deste resultado foram disponibilizados uma amostragem de 5 (cinco) processos que referem-se a transações feitas pelo comércio eletrônico, todavia não tratam especificamente de direito de arrependimento.

Relação de Processos disponibilizados



OFC-12JECEDRCSL - 132022 / Código: B3E9808789
Valide o documento em www.tjma.jus.br/validadoc.php



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO MARANHÃO
Corregedoria Geral da Justiça
12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de
São Luís

Assunto: Substituição do Produto

1º) PROCESSO N.º: 0801372-09.2021.8.10.0018
PROMOVENTE: GUILHERME FRANCO DA SILVA
PROMOVIDO (A): SAMSUNG ELETRONICA DA AMAZONIA LTDA
PROMOVIDO (A): B&F TELECOMUNICACOES LTDA;
Disponibilizada: a Petição Inicial e a Sentença.

2º) PROCESSO N.º: 0800740-17.2020.8.10.0018
PROMOVENTE: WANDERSON PEDRO DOS PASSOS SOUSA
PROMOVIDO (A): MAGAZINE LUIZA S/A
Disponibilizada: a Petição Inicial e a Sentença.

3º) PROCESSO N.º: 0800734-10.2020.8.10.0018
PROMOVENTE: GERSON TADEU SILVA VIANA (AUTOR)
PROMOVIDO (A): MERCADOLIVRE.COM ATIVIDADES DE INTERNET
LTDA
PROMOVIDO (A): MERCADOPAGO.COM REPRESENTACOES LTDA.
Disponibilizada: a Petição Inicial e a Sentença.

4º) PROCESSO N.º: 0800439-70.2020.8.10.0018
PROMOVENTE: WANDERSON PEDRO DOS PASSOS SOUSA
PROMOVIDO (A): MAGAZINE LUIZA S/A
Disponibilizada: a Petição Inicial e a Ata de Audiência.

5º) PROCESSO N.º: 0800172-98.2020.8.10.0018
REQUERENTE: DIEGO FELIPE CHAVES COSTA
REQUERIDO(A): MICROSOFT MOBILE TECNOLOGIA LTDA
Disponibilizada: a Petição Inicial e a Ata de Audiência.



OFC-12JECEDRCSL - 132022 / Código: B3E9808789
Valide o documento em www.tjma.jus.br/validadoc.php



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO MARANHÃO
Corregedoria Geral da Justiça
12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de
São Luís

2º Assunto: Cláusulas Abusivas

Foram encontrados 08 (oito) resultados neste Juizado, conforme demonstra o "print" da tela do PJe, em anexo, dentre esses apenas 02 (dois) tratavam de transações realizadas pela internet. Assim, segue a Relação de Processos disponibilizados para pesquisa:

Relação de Processos disponibilizados Assunto: Cláusulas Abusivas
<p>1º PROCESSO Nº: 0801346-11.2021.8.10.0018 PROMOVENTE: JUCILEIDE LAUNE PEREIRA PROMOVIDO (A): KONTIK FRANSTUR VIAGENS E TURISMO LTDA Disponibilizada: a Petição Inicial e o processo está concluso para julgamento.</p>
<p>2º) PROCESSO Nº: 0800936-50.2021.8.10.0018 PROMOVENTE: DEBORAH DO NASCIMENTO SANTOS PROMOVIDO(A): DECOLAR. COM LTDA Disponibilizada: a Petição Inicial e o processo ainda está para ter a audiência.</p>

3º Assunto: Devolução

Foram encontrados referente ao período de autuação entre 01/01/2017 a 24/05/2022, 87 (oitenta e sete) resultados neste Juizado, conforme demonstra o "print" da tela do PJe, em anexo, deste resultado foram disponibilizados uma amostragem de 4 (quatro) processos que envolvem demandas ocorridas de transações pela internet, pelo comércio eletrônico, no entanto, mais uma vez ressalta-se que dentre os resultados não há conexão com o direito de arrependimento de maneira especificada.

Relação de Processos disponibilizados Assunto: Devolução
<p>1º) Processo Nº 0800517-93.2022.8.10.0018</p>



OFC-12JECEDRCSL - 132022 / Código: B3E9808789
 Valide o documento em www.tjma.jus.br/validadoc.php



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO MARANHÃO
Corregedoria Geral da Justiça
12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de
São Luis

PROMOVENTE: HARIANE HAIDA SOUZA DE CARVALHO
PROMOVIDO(A): SOUZA SOARES TURISMO LTDA - ME
Disponibilizada: a Petição Inicial e a Decisão indeferindo a tutela, ademais o processo está para julgamento.

2º) PROCESSO N.º: 0800516-11.2022.8.10.0018
PROMOVENTE: FRANCISCO DAS CHAGAS LIMA ARAÚJO
PROMOVIDO(A): GMAC ADMINISTRADORA DE CONSORCIO LTDA
Disponibilizada: a Petição Inicial e o processo está aguardando a audiência.

3º) PROCESSO N.º: 0800472-89.2022.8.10.0018
PROMOVENTE: REGINA MACHADO DA SILVA
PROMOVIDO(A): MAGAZINE LUIZA S/A
Disponibilizada: a Petição Inicial e o processo foi extinto por incompetência.

4º) PROCESSO N.º: 0800363-75.2022.8.10.0018
PROMOVENTE: ANA CLEIDE NEVES SALES
PROMOVIDO(A): 123 VIAGENS E TURISMO LTDA
PROMOVIDO(A): TAM LINHAS AEREAS S/A
Disponibilizada: a Petição Inicial e o processo está aguardando a audiência marcada para outubro de 2022.

3 - Das ações que referem-se ao direito de arrependimento, quantas já foram solucionadas?

Respondida na segunda pergunta.

4 - Em relação às ações solucionadas, quantas foram decididas pela prevalência do direito de arrependimento e quais os principais fundamentos adotados para tomada de decisão?

Respondida na segunda pergunta.





PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DO MARANHÃO
Corregedoria Geral da Justiça
12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de
São Luís

Atenciosamente,

LUIS PESSÔA COSTA
Juiz - Final
12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís
Matrícula 27656

Documento assinado. SÃO LUÍS - ENTRÂNCIA FINAL, 13/06/2022 09:18 (LUIS PESSÔA COSTA)



OFC-12JECEDRCSL - 132022 / Código: B3E9808789
Valide o documento em www.tjma.jus.br/validadoc.php

24/05/2022 17:13

Consulta processos - Tribunal de Justiça do Estado do Maranhão - 1º Grau

Nome da Parte	Processo	Características	Órgão julgador	Atuado em	Classe Judicial	Polo ativo	Polo passivo	Nº(s) atual(is)	Último movimnt.
	0801372-09.2021.8.10.0018	⊕	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	08/11/2021	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	GUILHERME FRANCO DA SILVA	SAMSUNG ELETRONICA DA AMAZONIA LTDA e outros (1)	VISUALIZAR	Junta de petição
Outros nomes / Aliança	0800868-90.2020.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	11/11/2020	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	JORLEANS MARTINHO BARBOSA SOUSA e outros (1)	MATEUS SUPERMERCADOS S.A. e outros (1)	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Nome do Representante	0800843-39.2020.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	04/11/2020	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	PROLO MARRANHÃO MUSSALIM	REI DO PHONE SLZ	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Objeto do processo	0800740-17.2020.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	29/09/2020	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	WANDERSON PEDRO DOS PASSOS SOUSA	MAGAZINE LUIZA S/A	VISUALIZAR	Enviado ao Diário da Justiça Eletrônico
CIV <input type="checkbox"/> CNJ <input type="checkbox"/>	0800734-10.2020.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	25/09/2020	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	GERSON TADEU SILVA VIANA	MERCADOLIRE.COM ATIVIDADES DE INTERNET LTDA e outros (1)	VISUALIZAR	Junta de termo
Número do processo	0800436-75.2020.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	03/07/2020	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	WANDERSON PEDRO DOS PASSOS SOUSA	MAGAZINE LUIZA S/A	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Processo referência	0801172-88.2020.8.10.0018	●	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	18/03/2020	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	DIEGO FELIPE CHAVES COSTA	MICROSOFT MOBILE TECHNOLOGY LTDA e outros (1)	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Numeração única <input type="checkbox"/> Lota <input type="checkbox"/>	0801380-75.2018.8.10.0018	⊕	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	02/10/2019	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	WERISSON FERREIRA DA SILVA	LOCALIZARENT A CAR SA	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Assunto	0802186-88.2018.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	18/12/2018	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	ERIVALDO SILVA COSTA	TOYOMASTER COMERCIO DE PECAS LTDA - ME	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
substituição do produto	0802126-82.2018.8.10.0018	⊕	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	08/12/2018	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	MIRAN GOMES DE CARVALHO	MATEUS SUPERMERCADOS S.A. e outros (2)	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Classe Judicial	0801194-65.2018.8.10.0018	⊕	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	16/09/2018	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	MARIA JOSE DE MENDONÇA	ELGIN SA e outros (1)	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Número do documento	0801095-95.2018.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	22/09/2018	RECLAMAÇÃO PRÉ-PROCESSUAL	KELLY CRISTINA FRAZAO BEZERRA PEREIRA	MAGAZINE LUIZA S/A	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
CAB (00000 AUF)	0801009-27.2018.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	09/05/2018	CUMPRIMENTO DE SENTENÇA	ELIANE VALE ROSA	BZW - COMPANHIA GLOBAL DO VAREJO	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Jurisdicção	0800864-24.2018.8.10.0018		12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	11/04/2018	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	MARIA JOSE LIMA SEREJO	MULTILASER INDUSTRIAL S.A. e outros (1)	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Órgão julgador	0803225-05.2018.8.10.0018	⊕	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	24/02/2018	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	JOSE FRANCISCO PROGENHO NETO	GIELO S/A	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Seleção	0800991-23.2018.8.10.0018	⊕	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	24/01/2018	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	MARIA JOSE RIBAMAR GOMES DOS SANTOS	SAMSUNG ELETRONICA DA AMAZONIA LTDA e outros (1)	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Data de Atuação	0801223-85.2017.8.10.0018	⊕	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	21/07/2017	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	JEOVANI PINHEIRO FREITAS	MATEUS SUPERMERCADOS S.A.	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente
Valor da Causa	0801072-88.2017.8.10.0018	●	12ª Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	14/06/2017	PROCEDIMENTO DO JUIZADO ESPECIAL CÍVEL	PEDRO IDEAL PEREIRA DOS SANTOS	MATEUS SUPERMERCADOS S.A.	VISUALIZAR	Arquivado Definitivamente

18 resultados encontrados.

Filtros Criminais

24/05/2022 17:09

Tribunal de Justiça do Estado do Maranhão - 1º Grau

-
-
-
-
-
-

Nome da Parte	Processo	Características	Órgão julgador	Autuado em	Classe judicial	Polo ativo	Polo passivo	Nº(s) atualiz	Última moviment.
	080344-69.2022.8.10.0018		12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luís	14/03/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	INES ALVES e outros (1)	CARTÃO DE TODOS SAO LUIS LTDA	VISUALIZAR	Publicado Intimação em 16/05/2022.
Outros nomes / Alcunha	0801594-62.2021.8.10.0018		12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luís	09/12/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	EMILSON MENDES DOS REIS	BANCO BRADESCO SA	VISUALIZAR	Concluido para julgamento
Nome do Representante	0801346-11.2021.8.10.0018		12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luís	01/11/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	JUCILEIDE LAUNE PEREIRA	KONTIK FRANSTUR VIAGENS E TURISMO LTDA	VISUALIZAR	Demonio preso de FULPO HENRIQUE SA VALE SERRA ALVES em 08/02/2022 23:56
Objeto do processo	080139-28.2021.8.10.0018		12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luís	29/10/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	MARCOS ADRIANO FORTUAL SAMENEZES	BANCO DAYCOVAL S/A	VISUALIZAR	Jurisdic de perijão
CPF/CNPJ	080139-68.2021.8.10.0018		12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luís	11/10/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	FRANCISCO LIMA FRAZAO	BANCO DAYCOVAL S/A	VISUALIZAR	Concluido para decisão
Número do processo	0800936-92.2021.8.10.0018		12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luís	19/08/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	DERORAH DO NASCIMENTO SANTOS	DECOLAR.COM LTDA.	VISUALIZAR	Jurisdic de sentença
Processo referência	4886680-24.2021.8.10.0018		12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luís	24/09/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	JANESIV FAGDES DOS SANTOS SILVA	AVANÇADÉ GRÉNTIO FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO SA - e outros (1)	VISUALIZAR	Desemito preso de JACKSON RACIO DOS SANTOS SILVA em 08/02/2022 23:56
	0800231-45.2021.8.10.0018		12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luís	13/11/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	CARLOS MAGHO LAURA AMARAL	D H LIMA SILVA - ME	VISUALIZAR	Envio de Diário de Justiça Eletrônico

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Assunto

cláusulas abusivas

Classe judicial

Número do documento

CAB (00000 A UR)

Jurisdicão

12ª Juizado Especial Civil e das Relações de Consumo de São Luí

Órgão julgador

Selecione

Data de Autuação

De 01/01/2017 Até 24/05/2022

Valor da Causa

De Até


Movimento processual

24/05/2022 17:51

Tribunal de Justiça do Estado do Maranhão - 1º Grau

Nome da Parte	Processo	Características	Órgão julgador	Atualizado em	Classe Judicial	Polo ativo	Polo passivo	Nº(s) atual(s)	Último movim.
	0800537 04.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	28/04/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	MANOEL BENEDITO DE JESUS OLIVEIRA	Altton Oliveira	VEICULAR	Juntada de ato ordinatório
Outros nomes / Alcunha	0800537 04.2022.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	27/04/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	HARANE HUDA SOUZA DE CARVALHO	SOUZA SOARES TURESMO LTDA - ME	VEICULAR	Não Concedida e Antecipação de tutela
Nome do Representante	0800516 11.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	27/04/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	FRANCISCO DAS CHAGAS LIMA ARAUJO	OMAC ADMINISTRADORA DE CONSORCIOS LTDA.	VEICULAR	Juntada de ato ordinatório
Objeto do processo	0800485 08.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	22/04/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	MARIA DE JESUS SILVA	MARLA PATRICIA FURTADO SANTOS e outros (1)	VEICULAR	Juntada de termo
CPF <input type="checkbox"/> Certidão <input type="checkbox"/>	0800475 09.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	08/04/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	REGINA MACHADO DA SILVA	MARGALINE LUIZA SIA	VEICULAR	Juntada de petição
	0800441 08.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	01/04/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	THIAGO DA SILVA MACHADO	ADRIANA ELVAREZ PEREIRA	VEICULAR	Juntada de termo
Número do processo	0800395 18.2022.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	18/03/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	ANA CLEIDE NEVES SALES e outros (2)	123 MADEIRA E TURISMO LTDA. e outros (1)	VEICULAR	Juntada de auto de recebimento
Processo referenciado	0800208 27.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	08/03/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	MARQUEL SOARES RIBEIRO	TRADIÇÃO ADMINISTRADORA DE CONSORCIOS LTDA.	VEICULAR	Juntada de petição
Processo referenciado	0800205 08.2022.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	08/03/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	YANARA KLEPER DE OLIVEIRA EVERTON	WICKERSON STABLE E SCAMUELLE - EPP	VEICULAR	Juntada de contestação
	0800208 08.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	05/03/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	RONALDO LUIZ DA SILVA	TRADIÇÃO ADMINISTRADORA DE CONSORCIOS LTDA.	VEICULAR	Conclusão para julgamento
Assunto	0800208 08.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	04/03/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	MICHAEL RESE FILHO e outros (1)	LUZAS AMERICANAS S.A.	VEICULAR	Juntada de termo
devolução	0800194 08.2022.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	14/02/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	MACSON RODRIGO ANORM DOS SANTOS	MULTIMARCAS ADMINISTRADORA DE CONSORCIOS LTDA	VEICULAR	Decorrência prazo de FELIPE RAMOS SOUSA em 14/03/2022 23:58
Classe judicial	0800151 04.2022.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	07/02/2022	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	ANDRE FABIANO FARIAS ROSA FILHO	EDITORA E DISTRIBUIDORA EDUCACIONAL S/A e outros (1)	VEICULAR	Decorrência prazo de ANISTOTELES RODRIGUES DOS SANTOS NETO em 18/04/2022 22:58
Número do documento	0800104 02.2021.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	09/12/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	ETIANE FERNANDES DOS REIS	BANCO BRASILEIRO SA	VEICULAR	Conclusão para julgamento
OMI (00000 A LUF)	0801025 42.2021.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	30/11/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	FERNANDA MARCIA HILLY HARIBE e outros (1)	BARRAPLAN MOVES PLANEJADOS LTDA - EPP	VEICULAR	Outras Decisões
jurisdição	0801418 28.2021.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	09/11/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	SAMA THAMYRES MEDEIROS LEAL	S. S. DE C. VAREJAO - ME e outros (1)	VEICULAR	Conclusão para julgamento
	0801343 06.2021.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	31/10/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	ANA FLAVIA TORRES LISBOA	POSITIVO INFORMATICA SA	VEICULAR	Arquivado Definitivamente
Órgão julgador	0801321 09.2021.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	25/10/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	MARLENE ALVES DA SILVA	MULTIMARCAS ADMINISTRADORA DE CONSORCIOS LTDA	VEICULAR	Decorrência prazo de ANDRESSA JOELMA SALES ARAUJO em 03/05/2022 23:58
Data de Autuação	0801051 02.2021.8.10.0018	⊙	12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	01/10/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	FRANCISCO ALEXANDRO CARVALHO	GUSTAVO DA SILVA MACEDO e outros (1)	VEICULAR	Conclusão para julgamento
Valor da Causa	0801194 21.2021.8.10.0018		12º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís	19/08/2021	PROCEDIMENTO DO JUZADO ESPECIAL CÍVEL	GLAUCIANE LUIZ MARTINS DE SOUSA	TADMA SERVICOS ODONTOLÓGICOS EMBLI	VEICULAR	Juntada de termo

ANEXO C - Ofício da Instituição, solicitando a Autorização para Pesquisa de Campo no 7º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís - Fórum do Calhau



**7º JUIZADO ESPECIAL CÍVEL
E DAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

RECEBIDO

17 MAI 2022

Servidor: *FAJ*



Prof. Dr. Arnaldo Vieira Sousa
Coordenador do Curso de Direito – UNDB
Prof. Dr. Arnaldo Vieira Sousa
 Coordenador do Curso de Direito
 UNDB

ANEXO D - Respostas do Questionário aplicado no 7º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís - Fórum do Calhau

Respostas ao questionário de validação de pesquisa para trabalho de conclusão de curso

Aluna: ALANA LISLEA CONCEIÇÃO ARAUJO

Matrícula: 002-016007

Orientador: Me. Arnaldo Vieira Sousa

Tema: E-Commerce e Direito de Arrependimento: mitigação e vedação ao abuso

Respostas:

1 – Sim.

2 – Em relação ao direito de arrependimento, não possuímos na unidade um dado estatístico para levantamento da pesquisa, tendo em vista a impossibilidade sistêmica de realizar pesquisa por tipo de assunto. Ademais, esta magistrada não se recorda de nenhuma ação envolvendo o direito de arrependimento em si.

Nos processos envolvendo compras pelo comércio eletrônico, observo com mais frequência o pleito para desfazer a compra, não pelo arrependimento, mas pela demora da entrega ou não do produto.

3 – Não se aplica.

4 – Não se aplica.



Juíza Maria José França Ribeiro
Titular do 7º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo

ANEXO E - Ofício da Instituição, solicitando a Autorização para Pesquisa de Campo no PROCON/MA - Unidade do Bairro Beira-Mar, São Luís/MA



Ofício nº 009/DIR/2022.1

São Luís, 17 de maio de 2022.

A Excelentíssima Sra. Karen Barros

Presidente do PROCON/MA.

Assunto: **Autorização para Pesquisa de Campo**

Ilustríssimo Senhora,


A Coordenação do Curso de Direito da UNDB - Centro Universitário, serve-se do presente para solicitar autorização para a aluna **Alana Lislea Conceição Araujo**, matriculada no curso Direito, sob o número de matrícula: 002-016007 - 10º Período, sob a orientação do Professor Me. Arnaldo Vieira Sousa, autorização para coleta de dados nesta instituição, com a finalidade de realizar pesquisa científica para Trabalho de Conclusão de Curso intitulada: **"E-commerce e direito de arrependimento: mitigação e vedação ao abuso"**, cujo objetivo é analisar a possibilidade de mitigação do direito de arrependimento ante a prática de E-commerce como meio de vedação ao abuso de direito.

A relevância da pesquisa baseia-se na grande importância que a abordagem da temática apresenta para a continuidade da compreensão concernente ao direito de arrependimento quando exercido em atividades econômicas fora do estabelecimento comercial nas quais estejam o consumidor e o fornecedor, uma vez que este instituto é garantido ao consumidor, visando proporcionar mais segurança a este, quando da oferta em uma relação de mercado. Assim, a coleta de dados ocorrerá mediante a utilização de questionário, visando obter dados referentes às ações que tramitam neste Juizado para subsidiar a discussão no que tange as interpretações e decisões judiciais sobre o tema.

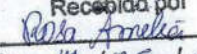
A discente, assume o compromisso de utilizar os dados obtidos somente para fins científicos, bem como de disponibilizar os resultados obtidos para esta instituição.

Limitado ao exposto, ficamos à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,


 Prof. Dr. Arnaldo Vieira Sousa
 Coordenador do Curso de Direito – UNDB
 Prof. Dr. Arnaldo Vieira Sousa
 Coordenador do Curso de Direito
 UNDB

PROCON
 Protocolo de Atendimento
 Recebido por


 Em: 17/05/2022

ANEXO F - Respostas do Questionário aplicado no PROCON/MA



ESTADO DO MARANHÃO
INSTITUTO DE PROMOÇÃO E DEFESA DO CIDADÃO E CONSUMIDOR DO ESTADO DO
MARANHÃO – PROCON/MA

Questionário:

1- Nos últimos cinco anos, o PROCON/MA tem reclamações envolvendo compras pelo comércio eletrônico?

Resposta: Sim, recebemos.

2 - Dentre essas reclamações, quantas referem-se ao direito de arrependimento (Art. 49, CDC)?

Resposta: 301 reclamações.

3-Das reclamações que referem-se ao direito de arrependimento, quantas já foram solucionadas?

Resposta: 294 reclamações foram solucionadas.

4 - Em relação às reclamações solucionadas, quantas foram decididas pela prevalência do direito de arrependimento e quais os principais fundamentos adotados para tomada de decisão?

Resposta: 294 reclamações foram solucionadas, com base no Art. 49 do Código de Defesa do Consumidor. Dessa forma, os principais fundamentos utilizados nas decisões são a verossimilhança das alegações e a comprovação do ocorrido, com toda a documentação juntada pelo autor da reclamação, como por exemplo: protocolo de atendimento, extrato de compra e nota fiscal do produto. Por fim, quanto aos pedidos geralmente se tratam de devolução do produto e a restituição do valor pago. E para que a demanda seja considerada como resolvida, o fornecedor deve cumprir com o pedido do consumidor e comprovar em sua defesa administrativa, pelos meios probatórios admissíveis, como: comprovante de pagamento, comprovante de recebimento do produto, etc.

Atenciosamente,

INSTITUTO DE
PROMOCAO E DEFESA
DO CIDADAO E
CONSU:23284838000150
KAREN BEATRIZ TAVEIRA BARROS DUARTE
Presidente do PROCON/MA

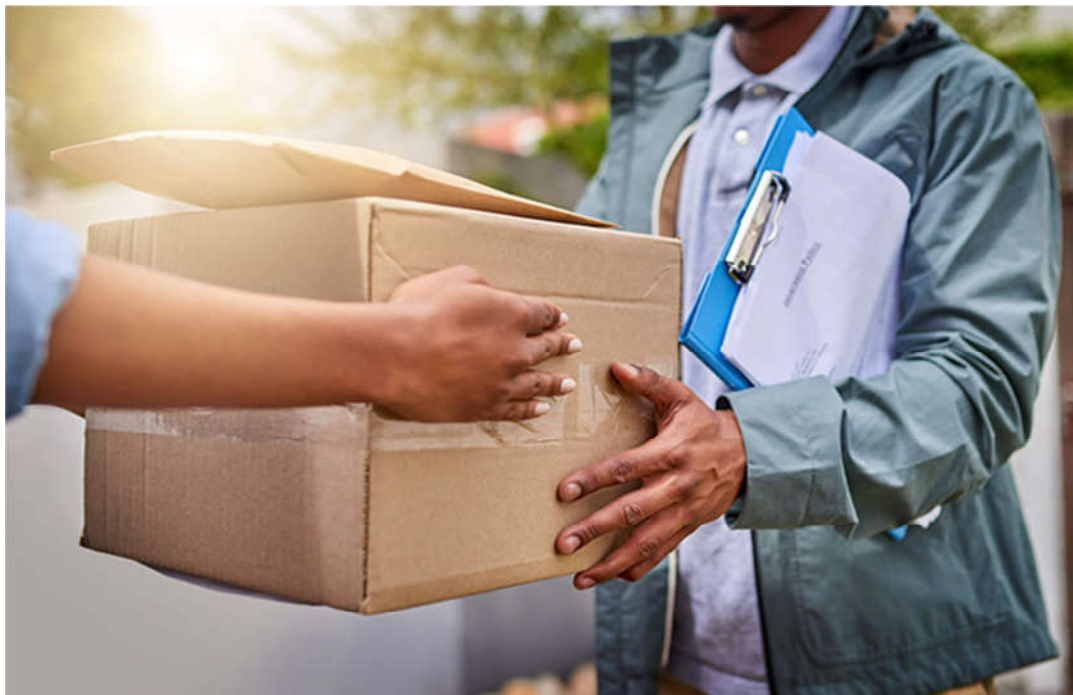
Assinado de forma digital por INSTITUTO DE
PROMOCAO E DEFESA DO CIDADAO E
CONSU:23284838000150
DN: cn=BR, o=ICP-Brasil, st=MA, l=Sao Luis, ou=AC
SOLUTI Multipla v5, ou=20937130000162,
ou=Presencia], ou=Certificado PJ A1, cn=INSTITUTO
DE PROMOCAO E DEFESA DO CIDADAO E
CONSU:23284838000150

ANEXO G - Site TJMA - Poder Judiciário - Corregedoria - Mídias - Notícias - Assessoria de Comunicação Corregedoria Geral da Justiça: "Consumidor que não comprovou defeito de produto não tem direito à indenização"

Consumidor que não comprovou defeito de produto não tem direito à indenização

21/02/2022

Michael Mesquita



ilustração

foto/divulgação: -

Uma loja de eletroeletrônicos não tem dever de indenizar se o defeito em aparelho celular foi causado por mau uso. Foi esse o entendimento de sentença proferida no 7º Juizado Especial Cível e das Relações de Consumo de São Luís, em ação na qual um homem alegou ter adquirido um celular, que veio com um acessório defeituoso. A ação teve como parte demandada a B2W Companhia Global de Varejo. Narrou o autor ter comprado, no dia 25 de maio de 2021, um Smartphone Samsung Galaxy Note 20 256GB, pelo valor de R\$ 3.889,00. Alegou que o produto foi entregue com a caneta, que é um acessório que acompanha o celular, trincada.

Afirmou que, ao testar o celular utilizando a caneta, verificou que ela não funcionava, de modo que enviou o produto à assistência técnica, que por sua vez, alegou mau uso e exclusão da cobertura. Diante

desse suposto cenário, ingressou com a demanda visando à substituição da caneta, além de indenização por danos morais. Em contestação, a ré alegou, preliminarmente, a necessidade de perícia técnica. Quanto ao mérito, sustentou que não é a fabricante do produto e tampouco é responsável por reparar possíveis vícios ocultos ou aparentes nele. Destaca que a ré que apenas comercializa produtos ao consumidor, não existindo, portanto, descumprimento do contrato firmado entre as partes, visto que a mercadoria fora entregue corretamente e dentro do prazo estipulado.

Outro fato alegado pela demandada é que não presta serviço de assistência técnica, e sequer tem conhecimentos necessários para avaliar se há defeito ou não do produto em questão. Afirmou, ainda, que a parte autora não colacionou ao processo provas cabais de que o produto tenha sido entregue com defeito. Daí, pediu pela improcedência da ação.

“Não há que se falar em necessidade de perícia, uma vez que as provas produzidas são perfeitamente suficientes ao julgamento do mérito, como adiante será demonstrado (...) Também não há que se falar em ilegitimidade processual, pois a ré é membro inegável da cadeia de consumo, pois foi quem efetivamente vendeu produto ao autor. Portanto, a princípio, isto a torna parte legítima para figurar no polo passivo da presente ação”, esclareceu a sentença.

E colocou: “Importa salientar que, sendo o autor consumidor dos serviços prestados pela demandada, não há dúvidas de que se aplica ao caso o Código de Defesa do Consumidor (...) Analisando friamente o processo, entende-se que o pleito autoral não deve ser acolhido (...) A alegação do autor é de que o produto em comento já foi entregue com avaria, e não funcionava corretamente (...) Ocorre que, para comprovar minimamente suas alegações, o consumidor deveria ter observado o vício apontado logo após a entrega, e com presteza, encaminhado o acessório defeituoso à assistência técnica ou comunicado o fato à loja vendedora”.

NÃO TESTOU O PRODUTO

A Justiça observou que o próprio autor admitiu não ter testado o produto como um todo ao receber a encomenda, vez que não utilizou a caneta supostamente defeituosa em um primeiro momento. “Além disso, afirmou que até abrir a caixa, após a entrega, demorou de 7 a 10 dias (...) Dessa forma, somando o período em que o produto não fora aberto, e ainda, depois de aberto, o tempo em que não fora

observado o defeito na caneta, é impossível verificar o nexo de causalidade entre o defeito observado e a conduta da ré, uma vez que nesse ínterim, a caneta poderia ter perecido por mau uso, como manuseio, queda, etc”, explicou.

Daí, decidiu: “Dessa forma, considerando que a assistência técnica verificou que o defeito se deu por mau uso, com exclusão de garantia, e não foi apresentada qualquer prova em sentido contrário, o pleito autoral não deve ser acolhido (...) Muito embora haja, no caso em exame, a inversão do ônus probatório prevista no Código de Defesa do Consumidor, isto não desobriga a parte autora de comprovar minimamente os fatos constitutivos do seu direito (...) E no caso, mesmo aplicando a redução do módulo da prova, o conjunto probatório trazido aos autos pelo reclamante não permite concluir acerca da ocorrência dos danos declarados”.

Assessoria de Comunicação
Corregedoria Geral da Justiça
asscom_cgj@tjma.jus.br

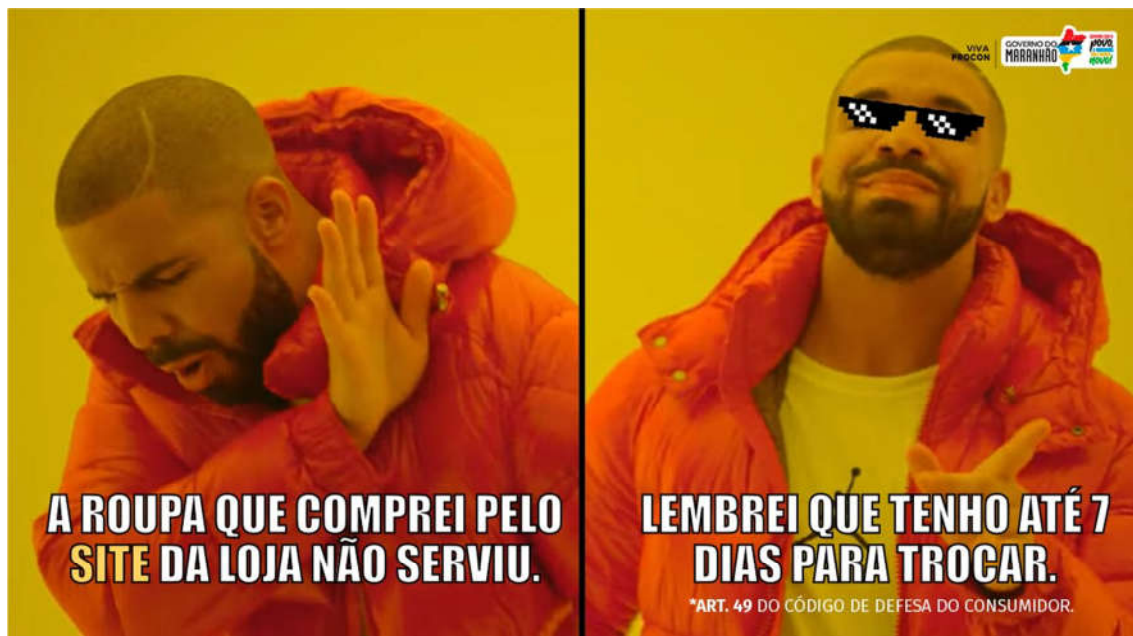
Fonte: Disponível em:

<<https://www.tjma.jus.br/midia/cgj/noticia/506038>>

ANEXO H - Site PROCON/MA: "Compras pela internet dão direito a troca ou desistência, orienta PROCON/MA"

17/05/2021 9:55 am

Compras pela internet dão direito a troca ou desistência, orienta PROCON/MA



Produtos que não servem, que não possuem a qualidade esperada ou que simplesmente o consumidor não tem mais interesse, quando comprados pela internet, catálogos ou telemarketing, dão direito a trocas ou mesmo à desistência.

Chamado de direito ao arrependimento ou período de reflexão, a garantia é contemplada pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) e obedece a algumas regras.

“Está previsto no artigo 49 do CDC que toda compra realizada fora do estabelecimento comercial, mesmo que seja de um produto ou serviço sem defeitos, está sujeita ao direito de arrependimento”, explicou a presidente do PROCON/MA, Karen Barros.

O chamado prazo de reflexão é de até sete dias para desistência ou pedido de troca, contados a partir do recebimento do produto ou da assinatura do contrato de um serviço.

“É fundamental guardar os comprovantes dessa solicitação feita aos fornecedores, seja o protocolo da ligação, e-mail ou prints que comprovem o contato”, ressaltou Karen.

Se não tiver o direito respeitado, o consumidor lesado poderá formalizar sua denúncia ao PROCON/MA por meio do site www.procon.ma.gov.br, aplicativo PROCON MA, ou presencialmente, mediante agendamento prévio para uma das unidades. A marcação está disponível também no site, aplicativo ou telefones (98) 3261-5100 ou 151.

Fonte: Disponível em:

<<https://www.procon.ma.gov.br/compras-pela-internet-dao-direito-a-troca-ou-desistencia-orienta-procon->

[ma/#:~:text=Compras%20pela%20internet%20d%C3%A3o%20direito,trocas%20ou%20mesmo%20%C3%A0%20desist%C3%Aancia.>](https://www.procon.ma.gov.br/compras-pela-internet-dao-direito-a-troca-ou-desistencia-orienta-procon-)

ANEXO I - Site PROCON/MA: "PROCON/MA multa empresa aérea em R\$ 700 mil por cobrança abusiva"

7/03/2017 11:03 am

PROCON/MA multa empresa aérea em R\$ 700 mil por cobrança abusiva

O Instituto de Promoção e Defesa do Cidadão e Consumidor (PROCON/MA) multou a Azul Linhas Aéreas em R\$ 700 mil por cobrança indevida para cancelamento de passagem aérea e por descumprir o prazo previsto para arrependimento da compra. Segundo a decisão, emitida na última quinta-feira (2), é abusiva a cobrança da chamada "taxa de conveniência".

A taxa já está embutida nas compras de passagens aéreas realizada nos balcões da empresa ou pela internet, sendo isenta somente nas compras feitas pelo aplicativo e por clientes do plano "Tudo Azul". Segundo as regras da empresa, a taxa permite que o cliente desista da passagem em até 30 horas após a compra, com reembolso do valor total.

Segundo o presidente do PROCON/MA, tanto o prazo oferecido para a desistência quanto a cobrança da taxa infringem o previsto pelo Código de Defesa do Consumidor. "A empresa está cobrando por algo que já é direito do consumidor em compras feitas pela internet, além de estipular um prazo menor do que o previsto no artigo 49 do CDC. Por isso estamos aplicando a sanção a fim de assegurar que o Direito do Consumidor seja respeitado na forma da lei", afirmou o presidente.

Cabe ressaltar que o artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) prevê que o consumidor tem o prazo de até 7 dias para se arrepender da compra de qualquer produto ou serviço feita fora do estabelecimento comercial, por telefone ou internet, por exemplo. Da mesma forma, o artigo 39 do mesmo Código qualifica como prática abusiva a cobrança de vantagem manifestamente excessiva, na medida em que a empresa cobra do consumidor por direito assegurado em lei.

A Azul Linhas Aéreas tem até 10 (dez) dias para realizar o pagamento da multa, sob risco de ser inscrita na dívida ativa do Estado, com subsequente cobrança executiva. Caso os consumidores percebam que as cobranças indevidas continuam sendo realizadas, as denúncias podem ser feitas por meio do aplicativo, site, ou em qualquer unidade física do PROCON/MA.

Fonte: Disponível em:

<<https://www.procon.ma.gov.br/proconma-multa-empresa-aerea-em-r-700-mil-por-cobranca-abusiva/>>