

O DIREITO DE ARREPENDIMENTO AOS CONSUMIDORES: MODELO ATUAL E AS PROPOSIÇÕES DO PROJETO DE LEI DO SENADO 281/2012

ALEXANDRE JUNQUEIRA GOMIDE

Especialista e mestre em Ciências Jurídicas pela Faculdade de Direito da
Universidade de Lisboa

Professor de pós-graduação em São Paulo

Sócio-fundador de Junqueira Gomide & Guedes Advogados Associados

EXCERTOS

“O direito de arrependimento do art. 49 é uma das principais formas de proteção contratual aos consumidores que adquirem produtos ou serviços no comércio eletrônico”

“Atualmente a única forma de limitar o direito de arrependimento seria com a regra geral do abuso do direito, disposta no art. 187 do Código Civil. Contudo, a realidade dos demais países demonstrou que essa cláusula geral não é suficiente para conter, em inúmeras situações, o abuso de direito por parte de alguns consumidores”

“Se o consumidor dirige-se a uma loja e adquire um produto que não está exposto porque está esgotado, poderá exercer o direito de arrependimento assim que receber o produto”

“O direito de arrependimento nos contratos de prestação de serviços não pode ser exercido em relação ao serviço prestado, mas sim quanto ao contrato celebrado”

“Silencia o Código de Defesa do Consumidor acerca de quem deve responder pelas despesas relativas à devolução dos produtos ao fornecedor”

“É bom que se diga que o direito de arrependimento é bom para o mercado, seja porque dá oportunidade ao consumidor de não adquirir de forma precipitada produtos desnecessários, seja porque aumenta a confiança dele neste tipo de contratação, o que fomenta o mercado”

“O Código de Defesa do Consumidor também não obriga o fornecedor a prestar a informação de maneira expressa sobre a existência do direito de arrependimento”

“O direito de arrependimento, nos serviços, portanto, só deveria ser exercido quando a execução do mesmo ainda não teve início: não é do serviço em si que se deve arrepender, mas da contratação deste”

1. Conceito e modelo atual do direito de arrependimento no Código de Defesa do Consumidor

Carlos Ferreira de Almeida¹ afirma que o direito de *arrependimento* compreende todas as hipóteses em que a lei concede a um dos contraentes a faculdade de, em prazo determinado e sem contrapartida, desvincular-se de um contrato através de declaração unilateral e imotivada².

O direito de arrependimento atualmente é estabelecido no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor:

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

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

Conforme se verifica, o direito de arrependimento é um direito potestativo conferido aos consumidores que adquirem produtos ou serviços fora do estabelecimento comercial.

Com relação à contratação de produtos fora do estabelecimento comercial, bom que seja lembrado que o art. 49 do CDC foi consagrado ainda em 1990, ano em que o legislador não podia imaginar o que viria a ser a internet e quais consequências traria ao comércio brasileiro. À época, o objetivo do legislador (influenciado pela Diretiva Europeia 85/577/CE, de 1985³) era a proteção do consumidor adquirente de produtos e serviços via telefone ou quando recebia vendedores em seu domicílio.

Nos dias atuais essas vendas perderam o posto para o comércio eletrônico, realizado pela internet. Diante disso, nos modernos manuais do direito ao consumo, a doutrina é unânime ao admitir que dentre as formas de contratação celebrada fora do estabelecimento comercial também deve ser considerada aquela oriunda do comércio eletrônico⁴.

Assim, o direito de arrependimento do art. 49 é uma das principais formas de proteção contratual aos consumidores que adquirem produtos ou serviços no comércio eletrônico.

Conforme bem ressaltou Rizzato Nunes⁵, nas compras celebradas na internet, por oferta pessoal do vendedor, o consumidor pode adquirir

por impulso. O mesmo pode ocorrer nas compras oferecidas pela TV e adquiridas pelo telefone. E em qualquer dessas compras o consumidor ainda não examinou adequadamente o produto ou não testou o serviço.

Ezio Guerinoni⁶ afirma que a função do direito de arrependimento é proteger contra a surpresa e atribui ao sujeito a possibilidade de refletir, de ponderar a conveniência do contrato a ser firmado.

Na visão de Fernando Gravato de Moraes⁷, o propósito do direito de arrependimento é o de afastar comportamentos pouco meditados, suscetíveis de produzir efeitos nefastos na sua esfera jurídica e no seu patrimônio. Ainda segundo o autor, pretende-se assim que ao consumidor seja proporcionada uma efetiva informação acerca do teor do contrato, visto que a ele é dado conhecê-lo, em regra, muito pouco antes da assinatura da avença. Ao mesmo tempo é-lhe concedido um determinado período temporal para refletir acerca do negócio realizado.

2. Críticas ao atual modelo do direito de arrependimento no Código de Defesa do Consumidor

Depois de estudado o direito europeu, sobretudo o português e o italiano, pudemos nos certificar que o art. 49, por si só, não é adequado para regular de forma suficiente o exercício do direito de arrependimento no Brasil.

Em primeiro lugar, a nossa maior desaprovação ao art. 49 do CDC é a ausência de restrições ao direito de arrependimento. Em tese, basta que seus requisitos estejam presentes para que o consumidor possa desistir da avença.

Diante de uma interpretação literal do art. 49 do CDC, o consumidor internauta poderá arrepender-se das aquisições de produtos digitais, livros, revistas, bens confeccionados consoante suas especificações, dentre outros.

Além disso, o atual modelo não limita o exercício do direito do consumidor nos contratos de prestação de serviços, quando estes já foram totalmente prestados e efetivamente entregues.

Em Portugal, a solução para as questões acima é *trazida* pelo art. 7º, do Decreto Lei 143/2001, que *determina* limitações ao exercício do direito de arrependimento⁸, dentre eles, contratos de prestação de serviços cuja execução tenha tido início, fornecimento de produtos confeccionados com especificações do consumidor, dentre outros⁹. Na Itália, o artigo 48 do Código do Consumidor¹⁰ também proíbe o exercício do direito de arrependimento nos contratos em que a prestação dos serviços já tenha sido iniciada, bem como em outras situações (art. 51)¹¹.

O fundamento de tais restrições nos parece óbvio. O direito de arrependimento nos contratos de prestação de serviços, por exemplo, não pode ser exercido em relação ao *serviço* prestado, mas sim quanto ao *contrato* celebrado. Caso contrário, estaríamos diante de uma forma de abuso de direito. Não se pode exercer o direito de arrependimento sem pagamento de quaisquer valores quando o serviço já foi total ou parcialmente executado.

Eduardo Gabriel Saad, José Eduardo Duarte Saad e Ana Maria Saad C. Branco¹² declaram que não sabem como o consumidor poderá arrepender-se nos contratos de prestação de serviços depois da entrega do serviço contratado, citando, como exemplos, a reparação de instalações hidráulicas ou reforço do alicerce de um prédio.

Por seu turno, Claudia Lima Marques¹³ afirma que a regra do art. 49 só poderia ser aplicada aos serviços ainda não prestados (tal como a solução adotada em Portugal e Itália) e sustenta que caso o consumidor arrependa-se de um serviço já prestado, deverá ressarcir o fornecedor do quanto despendido.

Concordamos com a opinião da professora Lima Marques. Não se pode prever um direito de arrependimento, para os serviços efetivamente prestados, sem pagamento de quaisquer valores aos fornecedores. Neste caso, não caberia um direito de arrependimento, talvez a rescisão unilateral mediante indenização. O direito de arrependimento é sempre gratuito¹⁴. O direito de arrependimento, nos serviços, portanto, só deveria ser exercido quando a execução do mesmo ainda não teve início: não é do serviço em si que se deve arrepender, mas da contratação deste.

Essa problemática foi analisada pelo Tribunal de Justiça de Santa Catarina. Em acertada decisão, esse tribunal afirmou que não cabe o direito de arrependimento quando o consumidor tenha procurado o fornecedor, bem como quando o serviço tenha sido totalmente prestado¹⁵.

Todavia, ao contrário de Portugal e demais países da Europa, o legislador brasileiro deixou de consignar hipóteses em que o arrependimento não possa ser exercido.

Atualmente a única forma de limitar o direito de arrependimento seria com a regra geral do abuso do direito, disposta no art. 187 do Código Civil. Contudo, a realidade dos demais países demonstrou que essa cláusula geral não é suficiente para conter, em inúmeras situações, o abuso de direito por parte de alguns consumidores. Ademais, a realidade nacional demonstra existirem diversos julgados permitindo o exercício do direito de arrependimento em hipóteses absurdas¹⁶.

Mas isso não é só.

Silencia o Código de Defesa do Consumidor acerca de quem deve responder pelas despesas relativas à devolução dos produtos ao fornecedor. Essa questão é extremamente contraditória e possui diferentes determinações em legislações europeias¹⁷. De todo modo, dentre as legislações que estudamos, a maioria entendeu que os custos pela devolução da coisa devem ser suportados pelo consumidor e não pelo fornecedor, a não ser previsão expressa em contrário¹⁸.

Nelson Nery Junior¹⁹, autor do Anteprojeto do CDC, em sentido contrário, manifestou que “o fornecedor que opta por práticas comerciais mais incisivas, como as vendas à domicílio ou por marketing direto, isto é, fora do estabelecimento comercial, corre o risco do negócio, de modo que não tem nem do que reclamar se a relação jurídica é desfeita em virtude do arrependimento do consumidor”.

Com todo o respeito ao professor Nelson Nery Junior, não podemos concordar com o seu posicionamento²⁰. É inaceitável o argumento de que as empresas que realizam a venda fora do seu estabelecimento comercial optaram por “práticas comerciais mais incisivas”. Muitas empresas ligadas ao comércio eletrônico, por exemplo, são procuradas pelos consumidores para aquisição de seus produtos. Não se pode olvidar que grande parte da população brasileira já está acostumada a adquirir produtos no meio virtual²¹. Há, diga-se, quem prefira comprar pela internet do que no próprio estabelecimento comercial do fornecedor. Muitas vezes, a pressão exercida pelo vendedor, no estabelecimento do fornecedor, pode ser muito pior do que uma compra realizada no conforto da casa do consumidor.

É bom que se diga que o direito de arrependimento é bom para o mercado, seja porque dá oportunidade ao consumidor de não adquirir de forma precipitada produtos desnecessários, seja porque aumenta a confiança dele neste tipo de contratação, o que fomenta o mercado.

Entretanto, dirigir o custo de devolução da coisa ao fornecedor não nos parece o mais correto. O Código de Defesa do Consumidor brasileiro não foi estatuído para trazer prejuízos às empresas. Foi sancionado para *proteger* os consumidores de práticas abusivas dos fornecedores. Ademais: o arrependimento é medida de proteção contratual. A partir do momento em que essa proteção é ruim para o mercado, ruim será para toda sociedade, perdendo o seu significado.

Nosso entendimento também é acompanhado por Maria Eugênia Finkelstein²², a qual assevera que é mais justo que o pagamento das despesas de reenvio dos produtos seja arcado pelo consumidor.

Outra lacuna do atual modelo do direito de arrependimento diz respeito ao prazo em que deve o consumidor restituir os bens recebidos pelo fornecedor. Veja-se que o caso inverso é tratado pelo CDC, ou seja, deverá o fornecedor restituir *de imediato* os eventuais valores recebidos pelo consumidor. Contudo, não há disposição expressa acerca da forma como deve o consumidor reenviar a mercadoria ao comerciante.

Neste caso, parece-nos que, mais uma vez, o consumidor deverá valer-se do bom senso, aplicando o princípio da boa-fé objetiva. Porém, essa omissão da lei pode abrir caminhos para o abuso de direito por alguns consumidores eivados pela má-fé²³. Acreditamos que a melhor medida seria estipular de forma expressa um prazo de, por exemplo, trinta dias para que o consumidor pudesse efetuar essa restituição²⁴.

O Código de Defesa do Consumidor também não obriga o fornecedor a prestar a informação *específica* e de maneira expressa sobre a existência do direito de arrependimento²⁵. O Decreto-Lei português 143/2001, por exemplo, declara expressamente que o fornecedor deverá informar o consumidor sobre a possibilidade do arrependimento (art. 4º, n. 1, 'f'). Caso essa informação não seja prestada, o prazo para o exercício do arrependimento é ampliado de quatorze dias para três meses (art. 6º, n. 3)²⁶. Em alguns casos, tal como nos contratos de *time-sharing*, Portugal determina a possibilidade de resolução do contrato se a informação não for corretamente prestada²⁷.

O CDC, por sua vez, como não determina qualquer obrigatoriedade para o fornecedor de informar o consumidor sobre a possibilidade de desistir da avença, também não prevê ampliação do prazo em virtude da ausência da informação. A bem da verdade, o direito de arrependimento é pouquíssimo difundido no Brasil. Em nosso entendimento esse fato decorre principalmente da ausência de qualquer obrigação do fornecedor de informar o consumidor sobre o arrependimento.

Em suma, analisando o arrependimento estabelecido no Código de Defesa do Consumidor brasileiro, verificamos que o art. 49 deste diploma não é capaz de regular o instituto tal como deveria. A ausência de diversas disposições de cunho prático gera inúmeras dúvidas e incertezas acerca do exercício desta proteção.

Direito de
arrependimento
é um direito
potestativo
conferido aos
consumidores que
adquirem produtos
ou serviços fora do
estabelecimento
comercial

3. A esperança: o Projeto de Lei do Senado 281/2012

Criada em dezembro de 2010 por meio de ato do presidente do Senado Federal José Sarney, uma comissão de juristas foi instituída para apresentar propostas de atualizações ao Código de Defesa do Consumidor. Foram realizadas audiências públicas com senadores, procuradores da república e organismos de defesa do consumidor.

Além do ministro do Superior Tribunal de Justiça Herman Benjamin, também compõem a comissão as coordenadoras do observatório do crédito do superendividamento do consumidor, professoras Claudia Lima Marques e Ada Pellegrini Grinover; o promotor de justiça de defesa do consumidor Leonardo Roscoe Bessa; o diretor da *Revista de Direito do Consumidor*, Roberto Augusto Pfeiffer, e o desembargador Kazuo Watanabe. Benjamin, Watanabe e Ada Pellegrini integraram, em 1990, a Comissão original que elaborou o projeto do atual CDC²⁸.

O texto deu entrada no Senado Federal em agosto de 2012. O projeto de lei pretende alterar o texto do Código de Defesa do Consumidor. Dentre as medidas pretendidas, o projeto visa regular a atividade do comércio eletrônico nas relações de consumo.

Com relação ao direito de arrependimento, as alterações são bastante expressivas. Além da alteração ao *caput* do atual art. 49, a comissão entendeu por adicionar nada menos do que nove parágrafos.

Vejam-se abaixo as proposições apresentadas pela comissão:

“Art. 49. O consumidor pode desistir da contratação a distância, no prazo de sete dias a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço, o que ocorrer por último.

§ 1º (...)

§ 2º Por contratação a distância entende-se aquela efetivada fora do estabelecimento, ou sem a presença física simultânea do consumidor e fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone, reembolso postal, por meio eletrônico ou similar.

§ 3º Equipara-se à modalidade de contratação prevista no § 2º deste artigo aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo.

§ 4º Caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor;

§ 5º Sem prejuízo da iniciativa do consumidor, o fornecedor deve comunicar de modo imediato a manifestação do exercício de arrependimento à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, a fim de que:

I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor;

II – seja efetivado o estorno do valor, caso a fatura já tenha sido emitida no momento da comunicação;

III – caso o preço já tenha sido total ou parcialmente pago, seja lançado o crédito do respectivo valor na fatura imediatamente posterior à comunicação.

§ 6º Se o fornecedor de produtos ou serviços descumprir o disposto no § 1º ou no § 5º, o valor pago será devolvido em dobro.

§ 7º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.

§ 8º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação individualizada e imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

§ 9º O descumprimento dos deveres do fornecedor previstos neste artigo e nos artigos da Seção VII do Capítulo V do Título I desta lei enseja a aplicação pelo Poder Judiciário de multa civil em valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores.”

As proposições alteram profundamente o exercício do direito de arrependimento e merecem ser avaliadas com a devida cautela. Vejamos.

4. Análise crítica ao Projeto de Lei do Senado 281/2012

O primeiro ponto a ser destacado é a redação que foi dada ao *caput*. Veja-se a diferença da atual redação, com a redação proposta.

Redação Atual	Redação Projeto 281/2012
Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.	Art. 49. O consumidor pode desistir da contratação à distância, no prazo de sete dias a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço, o que ocorrer por último.

Inicialmente o projeto pretende alterar a redação do art. 49, para que o direito de arrependimento compreenda todos os casos de *contratação à distância*. A contratação à distância é definida no § 2º do art. 49, que dispõe: “*entende-se aquela efetivada fora do estabelecimento, ou sem a presença física simultânea do consumidor e fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone, reembolso postal, por meio eletrônico ou similar*”²⁹.

Ainda que jurisprudência e doutrina já estejam pacificadas no sentido de que o direito de arrependimento pode ser exercido nos casos de contratação decorrente do comércio eletrônico, faz bem o dispositivo em alterar o *caput* do art. 49, para que este seja modernizado e atualizado aos dias atuais.

Com relação à definição de contratação à distância, do projeto, não é nosso interesse manifestarmos-nos contrários ou a seu favor. O que não nos parece razoável, contudo, é que essa definição esteja posicionada num parágrafo reservado ao direito de arrependimento. Cremos que tal definição deveria ser redirecionada às disposições dos arts. 45-A e seguintes (reservado especificamente ao comércio eletrônico) e não no capítulo relativo ao exercício do direito de arrependimento.

Em complementação à definição estabelecida no § 2º do projeto, o parágrafo seguinte equipara a contratação à distância àquela em que, “*embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não se encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo*”.

A intenção da comissão é muito boa. Muitas vezes, o consumidor pode estar dentro do estabelecimento da empresa, mas não tem acesso ao produto ou serviço que adquire. Prever o direito de arrependimento, nesses casos, é medida bastante salutar.

Veja-se, por exemplo, o caso de um consumidor que, em São Paulo, dentro de um escritório comercial de um *resort* baiano, adquire um pacote turístico para sua família. Por mais que o consumidor esteja no escritório comercial do empreendimento em São Paulo, por uma impossibilidade física não consegue saber, com exatidão, todas as informações do *resort*, a não ser aquelas do catálogo da empresa. Sendo assim, ao chegar em sua residência, o consumidor, longe da possível pressão do vendedor, poderá analisar, pela internet, por exemplo, as dependências do *resort* e verificar, inclusive, opiniões de outros internautas³⁰.

Também é bastante comum que incorporadoras realizem coquetéis de lançamento de empreendimentos imobiliários. Ainda que o consumidor esteja dentro do *stand* de vendas da empresa, cremos que deve ser a ele

facultada a possibilidade de exercer o direito de arrependimento, uma vez que a vulnerabilidade do consumidor nesses casos é evidente. Ressalte-se, contudo, nesse caso, que o direito de arrependimento somente pode ser exercido em até sete dias da assinatura do contrato e, obviamente, não da entrega do produto, que poderá levar anos a ser construído.

Da mesma forma, se o consumidor dirige-se a uma loja e adquire um produto que não está exposto porque está esgotado, poderá exercer o direito de arrependimento assim que receber o produto. Veja-se, portanto, que o direito de arrependimento proposto no PLS 281/2012 não se limita apenas aos contratos à distância: se o dever de informação não é cumprido de forma correta ou é cumprido de forma insuficiente, o direito de arrependimento deve ser conferido ao consumidor.

O projeto também altera o início do prazo para que o consumidor possa exercer o direito de arrependimento. A redação atual do CDC determina que o consumidor pode desistir do contrato no prazo de sete dias a contar (i) da assinatura do contrato ou (ii) do ato de recebimento do produto ou serviço. Já o *caput* do art. 49 do projeto estatui que o consumidor pode se arrepender quando da simples *aceitação da oferta ou recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço*, o que ocorrer por último.

De fato, no comércio eletrônico, não é comum que as partes assinem um contrato. É bem verdade que o art. 45-D, inciso II, do projeto determina que o fornecedor envie ao consumidor via do contrato em suporte duradouro. Contudo, nos termos do projeto, poderá o consumidor exercer o direito de arrependimento antes mesmo de receber uma via do contrato, ou seja, logo após a aceitação da oferta. Assim, após clicar em comprar e efetuar o pagamento com o cartão de crédito, por exemplo, pode o consumidor exercer o direito de arrependimento, ainda que o contrato não tenha sido enviado ao consumidor. Da mesma forma, caso tenha clicado em comprar, antes mesmo de pagar o boleto bancário, poderá exercer o direito de arrependimento. A proposição, a nosso ver, é bem interessante.

Com relação aos contratos coligados de crédito, determina o § 4º que os “*contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor*”. A disposição é quase idêntica àquelas verificadas em

Não se pode prever um direito de arrependimento, para os serviços efetivamente prestados, sem pagamento de quaisquer valores aos fornecedores

Portugal, Itália, dentre outros. Sem dúvida alguma é uma disposição benéfica ao mercado e que põe fim a controvérsias nesse sentido.

Tal proposição é elogiada por Guilherme Magalhães Martins³¹, que também asseverou que é estabelecida “responsabilidade solidária entre o fornecedor do produto ou serviço, a instituição financeira e a administradora do cartão de crédito, cabendo-lhes, alternativamente, estornar imediatamente o valor cobrado indevidamente do consumidor, ou, alternativamente, efetivar o estorno na próxima fatura, caso o valor já tenha sido total ou parcialmente pago no momento da manifestação do arrependimento. Trata-se de importante manifestação dos contratos coligados, todos perpassados pela mesma causa ou finalidade econômica, o que justifica o tratamento dado pelo anteprojeto.”

A jurisprudência brasileira, diga-se, há certo tempo já entende que o contrato de crédito coligado deve ser extinto automaticamente quando exercido o direito de arrependimento pelo consumidor³².

Em complementação ao § 4º, o § 5º ainda traz as obrigações do fornecedor decorrentes da extinção do contrato coligado de crédito. Segundo a proposição, nos casos em que há a extinção automática do contrato coligado, caberá ao fornecedor do produto ou serviço comunicar à instituição financeira ou similar para que a transação não seja cobrada ou, caso já o tenha sido, que seja estornada ao consumidor. Tal determinação também é bastante interessante. A responsabilidade por tais atos não é do consumidor, mas sim do fornecedor. O projeto ainda pretende que, caso tal determinação não seja atendida, o valor pago pelo consumidor seja restituído em dobro (§ 6º).

Outra grande e inovadora proposição é aquela do § 7º:

“§ 7º. O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.”

Este dispositivo certamente melhora bastante o exercício do direito de arrependimento. Há um dever de informação que facilita ao consumidor a forma como pode ser exercido o direito de arrependimento.

Contudo, o projeto nada diz acerca da forma como essa informação deve ser prestada ao consumidor. Melhor seria determinar que, após a conclusão do contrato, fosse enviado ao consumidor correspondência ou e-mail, apartado do contrato, informando as formas do exercício do arrependimento.

Mais interessante, ainda, seria se a nossa legislação atendesse à mesma disposição da Diretiva 2011/83/CE, que, em seu art. 11º, determina aos

fornecedores, nos casos envolvendo o comércio eletrônico, logo após a contratação, que enviem um *formulário* para o exercício do direito de arrependimento³³. O consumidor, assim, não precisaria atender às determinações do fornecedor, para exercer o direito de arrependimento. Bastaria que preenchesse o formulário, já enviado logo após a conclusão do contrato. Essa forma, a nosso ver, atenderia perfeitamente ao exercício do direito de arrependimento.

Ao final, o projeto também assevera que o descumprimento de tais deveres pelo fornecedor ensejará a aplicação de multa civil em “valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores”.

5. Considerações finais

Da análise do projeto, cremos que há uma grande evolução no direito de arrependimento. Não há dúvidas de que o legislador brasileiro procurou se valer das disposições contidas em diretivas europeias e legislações específicas de países como Portugal, França, Itália, dentre outros.

A aprovação do projeto trará uma grande melhora ao exercício do direito de arrependimento, bem como uma maior proteção aos consumidores. É interessante notar que o atual Código de Defesa do Consumidor possui apenas um artigo para cuidar do direito de arrependimento: *caput* e parágrafo. Já o Projeto 281/2012 procura inserir nada menos do que outros nove parágrafos. Realmente o direito de arrependimento previsto no atual modelo do Código de Defesa do Consumidor anseia por uma profunda alteração.

De todo modo, pensamos que o projeto poderia ter ido além. Faltou ao projeto regular, por exemplo: (i) o prazo em que o consumidor deve devolver o produto recebido; (ii) o prazo que possui o fornecedor para reembolsar o consumidor dos valores pagos e (iii) a quem fica a responsabilidade pelas despesas de devolução da coisa.

São questões sobre as quais a jurisprudência brasileira ainda é confusa e contraditória. Para que tais questões sejam dirimidas, a nossa sugestão é que o projeto passe a regulá-las.

Da mesma forma, acreditamos que o projeto poderia trazer um rol *exemplificativo* das restrições ao direito de arrependimento. Isso porque a

realidade de outros países demonstrou que a regra geral do abuso do direito não é suficiente para enfrentar os problemas da limitação do exercício do direito de arrependimento.

Em nossa opinião, o projeto poderia limitar alguns casos em que o direito de arrependimento não possa ser exercido, para que a jurisprudência fosse mais uníssona.

Por fim, pensamos que poderia haver um dispositivo determinando que, nos casos em que o pagamento do produto ou serviço fosse realizado por títulos de crédito, ficasse proibido aos fornecedores o seu endosso translativo enquanto não transcorresse o prazo para o exercício do direito de arrependimento pelos consumidores. Isso proibiria que empresas negociassem os títulos antes do exercício do direito de arrependimento, o que traz prejuízos aos consumidores³⁴.

De qualquer maneira, num panorama geral, o Projeto 281/2012, não apenas com relação ao direito de arrependimento, mas também ao comércio eletrônico, caso aprovado, trará grandes melhorias aos consumidores³⁵.

Notas

¹ ALMEIDA, Carlos Ferreira de. *Direito de Consumo*. Lisboa: Almedina, 2005, p. 105.

² As “características” do direito de arrependimento segundo Mário Frota são: “a) imotivabilidade, ou seja, não carece de motivação ou fundamentação; b) irrenunciabilidade, i.e, o direito é irrenunciável não podendo ser afastado por convenção das partes ou derogado por iniciativa do predisponente; inindemnizabilidade, quer dizer, pelo seu exercício não há que fazer com que o consumidor suporte qualquer custo ou encargo, que seria sempre penalizador e, nessa medida, constituiria obstáculo à sua sustentação” (FROTA, Mário. Os contratos de consumo – realidades sociojurídicas que se perspectivam sob novos influxos. *Revista de Direito do Consumidor*, ano 10. Janeiro-Março de 2001. São Paulo: Revista dos Tribunais. p. 24).

³ Com relação à Diretiva 85/577/CE, vejam-se as considerações e justificativas para a necessidade do direito de arrependimento em determinados contratos: “Considerando que os contratos celebrados fora dos estabelecimentos comerciais do comerciante se caracterizam pelo fato de a iniciativa das negociações provir normalmente do comerciante e que o consumidor não está, de forma nenhuma, preparado para tais negociações e que foi apanhado desprevenido; que, muitas vezes, o consumidor nem mesmo pode comparar a qualidade e o preço da oferta com outras ofertas; que este elemento surpresa é tomado em linha de conta, não apenas nos contratos celebrados por venda ao domicílio mas também noutras formas de contrato em que o comerciante toma a iniciativa de vender fora dos estabelecimentos comerciais; Considerando que é necessário conceder ao consumidor um direito de resolução por um período de pelo menos sete dias, a fim de lhe ser dada a possibilidade de avaliar as obrigações que decorrem do contrato”.

Veja-se, ainda, o dispositivo que tratava sobre o direito de arrependimento nessa Diretiva: “Art. 5º n. 1: O consumidor tem o direito de renunciar aos efeitos do compromisso que assumiu desde que envie uma notificação, no prazo de pelo menos sete dias a contar da data em que recebeu a informação referida no artigo 4º, em conformidade com as modalidades e condições prescritas pela legislação nacional. Relativamente ao cumprimento do prazo, é suficiente que a notificação seja enviada antes do seu termo”.

⁴ Nesse sentido, veja-se: MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 703; OLIVEIRA, Elsa Dias. *A proteção dos consumidores nos contratos celebrados através da internet*. [S.l.]: Almedina, 2002, p. 97; FINKELSTEIN, Maria Eugênia. *Aspectos jurídicos do comércio eletrônico*. Porto Alegre: Síntese, 2004, p. 271; DE LUCCA, Newton. *Comércio eletrônico na perspectiva de atualização do CDC*. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, Curitiba: Bonijuris, n. 7, p. 124, set./2012.

⁵ NUNES, Rizzato. *Curso de direito do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 611.

⁶ GUERINONI, Ezio. *I contrattidelconsumatore: principi e regole*. Milano: G.Giappichelli Editore, 2011, p. 377.

⁷ MORAIS, Fernando Gravato. A evolução do direito de consumo. *Revista Portuguesa de Direito de Consumo*. set./2008, n. 55, p. 23.

⁸ “Artigo 7º Restrições ao direito de livre resolução Salvo acordo em contrário, o consumidor não pode exercer o direito de livre resolução previsto no artigo anterior nos contratos de:

a) Prestação de serviços cuja execução tenha tido início, com o acordo do consumidor, antes do termo do prazo previsto no nº 1 do artigo anterior;

b) Fornecimento de bens ou de prestação de serviços cujo preço dependa de flutuações de taxas do mercado financeiro que o fornecedor não possa controlar;

c) Fornecimento de bens confeccionados de acordo com especificações do consumidor ou manifestamente personalizados ou que, pela sua natureza, não possam ser reenviados ou sejam susceptíveis de se deteriorarem ou perecerem rapidamente;

d) Fornecimento de gravações áudio e vídeo, de discos e de programas informáticos a que o consumidor tenha retirado o selo de garantia de inviolabilidade;

e) Fornecimento de jornais e revistas;

f) Serviços de apostas e lotarias.

⁹ “Art. 7º: Salvo acordo em contrário, o consumidor não pode exercer o direito de livre resolução previsto no artigo anterior nos contratos de: a) Prestação de serviços cuja execução tenha tido início, com o acordo do consumidor, antes do termo do prazo previsto no n. 1 do artigo anterior (...)”.

¹⁰ Art. 48. *Esclusione del recesso*. 1. *Per i contratti riguardanti la prestazione di servizi, Il diritto di recesso non può essere esercitato nei confronti delle prestazioni che siano state già eseguite*.

¹¹ “Art. 51. 1. *Le disposizioni della presente sezione si applicano ai contratti a distanza, esclusi i contratti:*

a) *relativi ai servizi finanziari di cui agli articoli 67-bis e seguenti del presente Codice;*

b) *conclusi tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati;*

c) *conclusi com gli operatori delle telecomunicazioni impiegando telefoni pubblici;*

d) *relativi alla costruzione e allavendita o ad altri diritti relativi a Beni immobili, com esclusione della locazione;*

e) *conclusi in occasione di una vendita all'asta."*

¹² SAAD, Eduardo Gabriel; SAAD, José Eduardo; SAAD, Ana Maria. *Comentários ao código de defesa do consumidor e sua jurisprudência anotada*. 6. ed. São Paulo: LTr, 2006, p. 600.

¹³ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 715.

¹⁴ A não ser, eventualmente, custos decorrentes de devolução da coisa.

¹⁵ "(...) A contrario sensu, não ocorre o vício em caso de convergência entre os produtos e serviços apresentados e os produtos e serviços efetivamente entregues e executados. Havendo, no caso, a instalação dos vidros sido realizada de conformidade para com o esboço do serviço, cujo conteúdo o consumidor presumidamente tivera ciência prévia, e não existindo indícios, por menores que sejam, da alegada baixa qualidade do material utilizado, não há como reconhecer a existência do vício, ainda que a estética do resultado final tenha desagradado o consumidor". Evidentemente, o direito de arrependimento não é exercível nos casos em que, segundo a impressão mais crível deixada pelo plexo probatório, o consumidor tenha procurado o fornecedor dos produtos ou serviços, sendo-lhe permitido analisar o negócio em pormenores, comparando-o com o orçamento e o esboço dos serviços e produtos apresentados por empresa do ramo, e optando pelo serviço contratado. Situação que não se afeiçoa à finalidade legal. (...) A instalação dos vidros realizou-se conforme contratado, constando nitidamente do esboço, em representação gráfica perceptível, que os vidros frontais não se poriam inteiriços, mas intercalarse-iam por divisórias e tubos de alumínio" (Tribunal de Justiça de Santa Catarina, Apelação Cível n. 2004.020603-8, 1ª Câmara de Direito Civil, Des. Rel. Maria do Rocio Luz Santa Rita, j. 02/07/2005).

¹⁶ A exemplo disso, veja-se a decisão do Tribunal de Justiça do Mato Grosso que entendeu possível o exercício do direito de arrependimento em um produto adquirido sob medida: "*DIREITO DO CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL – AÇÃO MONITÓRIA – EMBARGOS – CONTRATO DE VENDA DE PRODUTO POR TELEFONE E FAX – PAGAMENTO PARCIAL – ARREPENDIMENTO – COBRANÇA DO VALOR TOTAL – DEVOUÇÃO – ALEGAÇÃO DE PRODUTO ESPECIAL – RECURSO IMPROVIDO – SENTENÇA MANTIDA. Na compra e venda por telefone e fax, tem o consumidor o direito de arrependimento assegurado pelo art. 49 do CDC, bem como de ver devolvidas as importâncias antecipadas, a qualquer título, notadamente se ainda não recebeu o produto negociado. A alegação de produto especial ou feito sob encomenda não serve para desnaturar a relação de consumo e suplantar o direito de arrependimento, até porque tais circunstâncias não descaracterizam a relação de consumo que marcou a transação, não passando de risco próprio e natural da atividade mercantil do ramo de negócio abraçado livremente pela apelante*" (Tribunal de Justiça do Mato Grosso, Apelação Cível n. 24.068, 3ª Câmara Cível. Rel. Des. José Ferreira Leite. j. 28.06.2000).

¹⁷ O Decreto-Lei Português 143/01, determina "*Art. 8.º 1 – Quando o direito de livre resolução tiver sido exercido pelo consumidor, nos termos do art. 6.º, o fornecedor fica obrigado a reembolsar no prazo*

máximo de 30 dias os montantes pagos pelo consumidor, sem qualquer despesa para este, salvo eventuais despesas diretamente decorrentes da devolução do bem quando não reclamadas pelo consumidor”.

Na Espanha, segundo a “*Ley de Ordenación del Comercio Minorista*” (art. 44, n. 3), recai ao consumidor o ônus do pagamento dos valores de reenvio do produto pelo qual exerceu o direito de arrependimento. Por seu turno, caso o comerciante ofereça um produto de qualidade e preço equivalentes, transfere-se a ele a obrigatoriedade do custo de reenvio da coisa.

Na Itália, o “*Codicedel Consumatore*” (art. 67), tratando a respeito das obrigações pós-exercício do direito de arrependimento, determina que na hipótese de exercício do direito de arrependimento posteriormente à entrega dos bens, deverá o consumidor devolvê-los ou torná-los disponíveis para o profissional ou a pessoa por ele designada, de acordo com a previsão do contrato.

¹⁸ A jurista espanhola Maria Álvares Moreno manifesta-se: “El único tipo de gastos que la L.C.M. impone a cargo del comprador son los costes directos que origine la devolución del bien al vendedor (por ejemplo, los ocasionados por su transporte). La razón de esta prescripción radica en salvaguardar la indemnidad del profesional, que ha cumplido totalmente con los términos pactuados, por lo que no se le pueden inferir unos gastos que no tienen nada que ver con su comportamiento, sino con la especialidad del tipo de técnicas de comercialización que éste utiliza. De ahí que si el consumidor desea devolver el bien adquirido y cancelar la relación jurídica que el une al vendedor, por su mera discrecionalidade, como el permite la ley, es lógico que deba cargar con los costes derivados de la operación. Además, no puede olvidar se que la imposición de esta oblicación de asumir los costes de la devolución al consumidor no sino reflejo de la regla general en materia de obligaciones: forma parte de su obligación de entrega (en cuanto desarrollo de las actividades necesarias para cumplir su oblicación)” (MORENO, Maria Teresa Álvares. *El desistimiento unilateral en los contratos con condiciones generales*. [S.l.]: Edersa, 2001, p. 248-249).

¹⁹ NERY JUNIOR, Nelson et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor*. Comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. São Paulo: Forense, 2007, p. 563.

²⁰ Por mais que discordemos da posição do professor Nelson Nery Junior, temos que admitir que outros a ela são adeptos. É o caso de João Batista de Almeida que afirma: “*A lei não regulamentou a questão atinente às despesas efetuadas ou prejuízos sofridos pelo vendedor durante o período de reflexão. Assim o fazendo, permite ao intérprete a conclusão de que a devolução se dará sem qualquer dedução, pelas seguintes e inafastáveis razões: a) tratando-se de restrição ao direito de arrependimento, deveria ser expressa na lei tal dedução; b) quando pretendeu ressaltar as deduções, o legislador o fez expressamente (art. 53, § 2º), de sorte que seu silêncio nesse tema tem o significado de negar a via compensatória ou ressarcitória ao fornecedor; c) além disso, as despesas e eventuais prejuízos enfrentados pelo fornecedor são inerentes à atividade comercial sob a modalidade de vendas agressivas por telefone, reembolso postal ou em domicílio. Admitir o contrário será desestimular o uso do direito de arrependimento, criando limitações legalmente não previstas ao consumidor, sujeitando-o a deduções que certamente serão feitas unilateralmente pelo economicamente mais forte. Em suma, o que é direito seu passaria a ser pesadelo*” (ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 154).

²¹ Estima-se que há, no Brasil, 82 milhões de internautas, considerando a conexão da internet em suas residências ou local de trabalho. Disponível em: http://olhardigital.uol.com.br/negocios/digital_news/noticias/internautas-brasileiros-ja-sao-82-milhoes. Acesso em 4 de Dezembro de 2012.

²² FINKELSTEIN, Maria Eugênia. *Aspectos jurídicos do comércio eletrônico*. Porto Alegre: Síntese, 2004, p. 274.

²³ Ademais, acerca do abuso de direito por parte de alguns consumidores, a Diretiva 2011/83/EU, afirmou, em suas considerações: *“Alguns consumidores exercem o seu direito de retratação após terem utilizado os bens numa medida que excede o necessário para verificar a sua natureza, as suas características e o seu funcionamento. Neste caso, o consumidor não deverá perder o direito de retratação do contrato, mas deverá ser responsabilizado pela eventual depreciação dos bens. Para verificar a natureza, as características e o funcionamento dos bens, o consumidor apenas deverá proceder às mesmas manipulações e à mesma inspeção que as admitidas numa loja. Por exemplo, o consumidor deverá poder provar uma peça de vestuário, mas não usá-la. Por conseguinte, durante o prazo de retratação, o consumidor deverá manipular e inspecionar os bens com o devido cuidado. As obrigações do consumidor em caso de retratação não o deverão desencorajar de exercer o seu direito de retratação”*.

²⁴ Segundo o Decreto-Lei Português 143/01, o consumidor tem o prazo de até trinta dias para restituir os produtos recebidos: *“Art. 8º, nº 2 – Em caso de resolução, o consumidor deve conservar os bens de modo a poder restituí-los, ao fornecedor ou à pessoa para tal designada no contrato, em devidas condições de utilização, no prazo de 30 dias a contar da data da sua recepção”*. Já o *Codice Del Consumo* Italiano (art. 67, n. 1) prevê que o consumidor deve prover ao fornecedor a restituição dos bens em pelo menos dez dias úteis: *“Il termine per la restituzione del bene non può comunque essere inferiore a dieci giorni lavorativi de correnti della data del ricevimento del bene”*.

²⁵ O Código de Defesa do Consumidor prevê que o fornecedor deve prestar uma gama de informações ao consumidor, todavia, silenciou-se sobre a obrigatoriedade de informá-lo especificamente quanto à possibilidade de arrepender-se de contratos à distância.

²⁶ Por sua vez, o *Codice del Consumo* Italiano prevê um capítulo apartado apenas para tratar sobre o dever de informação do direito de arrependimento:

“Art. 47. Informazione sul diritto di recesso. 1. Per i contratti e per le proposte contrattuali soggetti alle disposizioni della presente sezione, il professionista deve informare il consumatore del diritto di cui agli articoli da 64 a 67. L’informazione deve essere fornita per iscritto e deve contenere: a) l’indicazione dei termini, delle modalità e delle eventuali condizioni per l’esercizio del diritto di recesso; b) l’indicazione del soggetto nei cui riguardi va esercitato il diritto di recesso ed il suo indirizzo o, se si tratti di società o altra persona giuridica, la denominazione e la sede della stessa, nonché l’indicazione del soggetto al quale deve essere restituito il prodotto eventualmente già consegnato, se diverso. 2. Qualora il contratto preveda che l’esercizio del diritto di recesso non sia soggetto ad alcun termine o modalità, l’informazione deve comunque contenere gli elementi indicati nella lettera b) del comma 1. 3. Per i contratti di cui all’articolo 45, comma 1, lettere a), b) e c), qualora sia sottoposta al consumatore, per la sottoscrizione, una nota d’ordine, comunemente denominata, l’informazione di cui al comma 1 deve essere riportata nella suddetta nota d’ordine,

separadamente dalle altre clausole contrattuali e con caratteri tipografici uguali o superiori a quelli degli altri elementi indicati nel documento. Una copia della nota d'ordine, recante l'indicazione del luogo e della data di sottoscrizione, deve essere consegnata al consumatore. 4. Qualora non venga predisposta una nota d'ordine, l'informazione deve essere comunque fornita al momento della stipulazione del contratto ovvero all'atto della formulazione della proposta, nell'ipotesi prevista dall'articolo 45, comma 2, ed il relativo documento deve contenere, in caratteri chiaramente leggibili, oltre agli elementi di cui al comma 1, l'indicazione del luogo e della data in cui viene consegnato al consumatore, nonché gli elementi necessari per identificare il contratto. Di tale documento il professionista può richiederne una copia sottoscritta dal consumatore. 5. Per i contratti di cui all'articolo 45, comma 1, lettera d), l'informazione sul diritto di recesso deve essere riportata nel catalogo o altro documento illustrativo della merce o del servizio oggetto del contratto, o nella relativa nota d'ordine, con caratteri tipografici uguali o superiori a quelli delle altre informazioni concernenti la stipulazione del contratto, contenute nel documento. Nella nota d'ordine, comunque, in luogo della indicazione completa degli elementi di cui al comma 1, può essere riportato il solo riferimento al diritto di esercitare il recesso, con la specificazione del relativo termine e con rinvio alle indicazioni contenute nel catalogo o altro documento illustrativo della merce o del servizio per gli ulteriori elementi previsti nell'informazione. 6. Il professionista non potrà accettare, a titolo di corrispettivo, effetti cambiari che abbiano una scadenza inferiore a quindici giorni dalla stipulazione del contratto e non potrà presentarsi allo sconto prima di tale termine.”

²⁷ Vide Decreto-Lei 37/01.

²⁸ Fonte: <http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI151832,71043-Comissao+de+juristas+apresenta+relatorio+sobre+atualizacao+do+CDC>. Acesso em 25 de julho de 2012.

²⁹ Vale a pena conferir a definição de contratação à distância estabelecida na Diretiva 2011/83/EU: “Contrato à distância: qualquer contrato celebrado entre o profissional e o consumidor no âmbito de um sistema de vendas ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância, sem a presença física simultânea do profissional e do consumidor, mediante a utilização exclusiva de um ou mais meios de comunicação à distância até ao momento da celebração do contrato, inclusive”.

³⁰ Em interessante julgado, uma consumidora foi abordada na praia com suas sobrinhas, quando o representante do fornecedor de serviços ofereceu-lhe um jogo, do qual a consumidora acertou todos os pontos da brincadeira e foi convidado a conhecer um hotel, “sem compromisso algum”. Devidamente acomodada na piscina do hotel, um dos representantes do hotel propôs à consumidora a contratação de *time sharing* em diversos hotéis indicados em um catálogo. Ante o entusiasmo das crianças que acompanhavam a consumidora, a insistência do vendedor e a facilidade de pagamento, esta acabou por firmar o contrato, do qual se arrependeu dias depois. A defesa do hotel se baseava na interpretação restritiva do art. 49 do CDC, afirmando que o direito de arrependimento só pode ser exercido quando o contrato for celebrado fora do estabelecimento comercial do fornecedor, o que não teria ocorrido. Nestes termos, não acatando a tese aduzida pelo hotel, fez por bem decidir o Tribunal de Justiça de São Paulo: “A finalidade da norma é permitir o direito de arrependimento daqueles que são abordados e levados a consumir algo que não comprariam em condições normais. *O dispositivo*

legal citado não pode ser interpretado restritivamente, protegendo apenas aqueles que são abordados em seu domicílio ou por telefone. Na verdade, o termo ‘especialmente’ apenas reforça a aplicabilidade da proteção consumerista em casos corriqueiros de venda à época de entrada em vigor dessa legislação, de forma meramente exemplificativa, mas não exclui, nem poderia, a proteção às práticas que viriam a surgir. Na verdade, procura-se proteger o consumidor de uma manifestação de vontade maculada pelo entusiasmo temporário, produzido pelo estímulo repentino, pelo efeito de surpresa e de ansiedade de contratação, causado pelo método de apresentação do produto. Nessa esteira, a contratação em que se convida o consumidor a ingressar no estabelecimento comercial por meio de chamarizes como festas, coquetéis, sorteios, jogos em geral, num clima ‘emocional’ de consumo, como diria Claudia Lima Marques, deve receber proteção do código consumerista” (Tribunal de Justiça de São Paulo, Apelação Cível n. 1.224.228-5, 14ª Câmara de Direito Privado, Des. Rel. Melo Colombi, j. 09 de Maio de 2007).

³¹ MARTINS, Guilherme Martins. A reforma do Código de Defesa do Consumidor brasileiro e o comércio eletrônico: uma visão crítica do anteprojeto. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, Curitiba: Bonijuris, n. 4, p. 26, dez./2011.

³² Nessa senda: “APELAÇÃO AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. Compra e venda de automóvel e contrato de arrendamento mercantil com a instituição financeira Objeto do contrato substituído em contato telefônico com o consumidor Sendo o objeto elemento essencial do contrato tem-se que sua alteração dá origem a novo pacto, firmado por telefone, e, portanto, fora do estabelecimento comercial. Exercício do direito de arrependimento (artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor) manifestado em até sete dias contados do contato telefônico. Circunstância de a contratação ter sido realizada, quanto ao seu objeto, fora do estabelecimento comercial do fornecedor. Possibilidade. LEGITIMIDADE DE PARTE. A instituição financeira possui legitimidade para figurar no polo passivo da presente ação. Contrato de financiamento coligado ao de compra e venda, sendo que a existência de um é determinante para a do outro. A rescisão da compra e venda ante o exercício regular da desistência, impossibilitando ao consumidor o uso e fruição do bem gera, por consequência, o cancelamento do contrato de financiamento. DANO MORAL. Evidenciada relação de causalidade entre o dano moral e ato ilícito praticado pelo apelado impõe-se o dever de indenizar. O dano extrapatrimonial é ‘in reipsa’, pois decorre do próprio fato. Redução para adequar a razoabilidade e proporcionalidade. Recursos parcialmente providos, apenas para reduzir o montante fixado a título de *danos morais*” (Tribunal de Justiça de São Paulo, Apelação n. 9274043-87.2008.8.26.0000, 25ª Câmara de Direito Privado, Rel. Hugo Crepaldi, j. 11 de Abril de 2012).

³³ Um modelo de formulário também é previsto no *Codice del Consumo* Italiano.

³⁴ Nesse sentido: “Indenizatória danos morais – Protesto indevido de título – autor que fez compra de equipamento por telefone, com posterior desistência antes da instalação – direito de arrependimento previsto no art. 49 do CDC – emissão das duplicatas que demandaria a efetiva entrega das mercadorias – precipitação da ré em colocar os títulos em circulação, que acabaram protestados – dano moral caracterizado – fixação em R\$8.000,00 – Ação procedente recurso improvido. Cancelamento de protestos admissibilidade –

Consequência lógica da inexigibilidade das duplicatas emitidas sem causa. Recurso adesivo do autor provido em parte” (Tribunal de Justiça de São Paulo, Apelação n. 0031806-44.2009.8.26.0000, Rel. Jovino de Sylos, j. 4 de Setembro de 2012).

³⁵ No mês de dezembro de 2012, entramos em contato com o gabinete do senador Antonio Carlos Rodrigues e recebemos o cordial apoio do assessor parlamentar João Paulo Recco de Fávéri, que se colocou à disposição para discutir os temas desse artigo em eventual emenda ao projeto. Contudo, fomos informados que o prazo de emendas foi encerrado. Há um pedido para que o prazo seja reaberto mas até o encerramento desse artigo (5 de dezembro), não houve qualquer resposta nesse sentido.

Referências

ALMEIDA, Carlos Ferreira de. *Direito de consumo*. Lisboa: Almedina, 2005.

ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia. *Aspectos jurídicos do comércio eletrônico*. Porto Alegre: Síntese, 2004.

FROTA, Mário. Os contratos de consumo – realidades sociojurídicas que se perspectivam sob novos influxos. *Revista de Direito do Consumidor*, ano 10. Janeiro-Março de 2001. São Paulo: Revista dos Tribunais.

GUERINONI, Ezio. *I contratti del consumatore: principi e regole*. Milano: G. Giappichelli Editore, 2011.

LUCCA, Newton. Comércio Eletrônico na Perspectiva de Atualização do CDC. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, Curitiba: Bonijuris, n. 7, set./2012.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

MARTINS, Guilherme. A reforma do Código de Defesa do Consumidor brasileiro e o comércio eletrônico: uma visão crítica do anteprojeto. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, Curitiba: Bonijuris, n. 4, dez./2011.

MORAIS, Fernando Gravato. A evolução do direito de consumo. *Revista Portuguesa de Direito de Consumo*. n. 55, p. 23, set./2008.

MORENO, Maria Teresa Álvares. *El desistimiento unilateral en los contratos con condiciones generales*. [S.l.]: Edersa, 2001.

NERY JUNIOR, Nelson et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor*. Comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. São Paulo: Forense, 2007.

NUNES, Rizzato. *Curso de direito do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

OLIVEIRA, Elsa Dias. *A proteção dos consumidores nos contratos celebrados através da internet*. [S.l.]: Almedina, 2002.

SAAD, Eduardo Gabriel; SAAD, José Eduardo; SAAD, Ana Maria. *Comentários ao código de defesa do consumidor e sua jurisprudência anotada*. 6. ed. São Paulo: LTr, 2006.