



## **A PROTEÇÃO CONTRATUAL À LUZ DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO**

Carla de Abreu Marques<sup>1</sup>

### **RESUMO**

O trabalho em tela busca explicar as prerrogativas elencadas no art. 49 da Lei Federal 8.078/90 – Código de Proteção e Defesa do Consumidor – apresentando a necessidade de uma interpretação extensiva de tal dispositivo, face ao excessivo aumento do consumo à realidade atual. O estudo apresenta possíveis soluções ampliando a aplicação da norma. A metodologia escolhida foi documental, utilizando-se de doutrinas, jurisprudências, dados do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e processos administrativos. Conclui-se desta análise, a importância do direito de arrependimento para toda e qualquer relação de consumo que, atualmente, só é aplicado nas compras/contratações ocorridas fora do estabelecimento comercial.

**PALAVRAS CHAVE:** DIREITO DE ARREPENDIMENTO. APLICAÇÃO RESTRITA DA LEI. NECESSIDADE DE AMPLIAÇÃO.

---

<sup>1</sup> Graduada em Direito pela Faculdade Vianna Júnior. Pós-graduanda em Direito do Consumidor pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Técnica em Direito do Consumidor pela Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Membro Integrante da Turma Recursal de 2ª Instância do PROCON/JF, órgão o qual exerce atualmente o cargo de Supervisora de Fiscalização no Departamento de Apuração de Práticas Infrativas.



## INTRODUÇÃO

Com a evolução das tecnologias nos meios de compra, especialmente àquelas ocorridas fora do estabelecimento comercial, surgiu a necessidade do legislador regulamentar os direitos dos consumidores – parte hipossuficiente – na cadeia de consumo. Por esta razão, a lei trouxe o direito de arrependimento para assegurar essa proteção contratual.

O presente estudo objetiva demonstrar a necessidade da interpretação extensiva da norma, para que tal prerrogativa possa também ser aplicada nas compras ocorridas dentro do estabelecimento comercial, pois desta forma, o consumidor efetivamente, teria maiores e melhores condições de analisar aquilo que realmente adquiriu ou contratou.

Inicialmente, apresenta-se o nascimento do direito de arrependimento e suas origens. Num segundo momento, introduz-se o tema proposto ressaltando-se questões relativas a sua aplicação demonstrando-se a necessidade de mudanças. A parte penúltima, traz a realidade do Sistema Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor (SINDEC) e dos processos administrativos no âmbito do Procon/JF, e por fim, a conclusão do trabalho concentra-se em uma possibilidade de solução para questão.

O interesse é apresentar a realidade consumerista que inspira mudanças, através de um estudo metodológico amparado em dados fáticos, técnicos, doutrinários, legais e jurisprudenciais, ressaltando também, a relevante entrevista realizada à Supervisora do PROCON/JF, Dr<sup>a</sup>. Roberta Gomes de Lade.

Não se pretende com tal pesquisa, fomentar prejuízo ao fornecedor, mas sim assegurar o consumidor do que acontece na prática, onde tal direito, costumeiramente lhe é subtraído.

## 1 NASCIMENTO E EVOLUÇÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO

Nos países desenvolvidos, Estados Unidos, Alemanha, Itália, França (...) há tempos o comércio “porta em porta” ganhou uma expressiva representatividade, pois, diante de recorrentes crises no comércio, o fornecedor se viu obrigado a criar meios para continuar vendendo seus produtos e serviços isento de pagar a tantos impostos,



gastando com poucos investimentos, sem vínculos empregatícios com vendedores, com baixo índice de reclamação.

Essa prática, trouxe um conforto aos clientes que cada vez mais aderiram a essa modalidade, e o comerciante, com uma bela jogada de marketing, ampliou seu mercado passando a utilizar malas-direta, email's, sites, call centers para divulgar sua marca.

Daí, nasceu a necessidade do legislador em controlar essas contratações para coibir eventuais abusividades. Esse “controle” veio evoluindo até chegar no Brasil, primeiramente através do Código Civil de 1916, até o advento da Lei Federal 8.078/90<sup>2</sup> que regulamentou as relações de consumo em nosso país com o Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

O Direito de Arrependimento vem descrito em tal diploma legal em seu art. 49 com o seguinte texto:

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.

Quando o contrato de consumo for concluído fora do estabelecimento comercial, o consumidor tem o direito de desistir do negócio em sete dias, a contar do recebimento do produto ou do serviço ou, então da assinatura do contrato. Trata-se de um “prazo de reflexão obrigatório”<sup>3</sup> instituído pela lei, de modo a assegurar que o consumidor possa realizar uma compra consciente, equilibrando as relações de consumo.

Para Leonardo de Medeiros Garcia( 2014), a *ratio* da norma é que quando o consumidor adquire o produto ou o serviço fora do estabelecimento comercial, fica ainda mais vulnerável na relação instituída com o fornecedor. Com efeito, quando o consumidor está dentro do estabelecimento, ele pode verificar o produto ou o serviço

Conforme se verifica, o direito de arrependimento é um direito potestativo

<sup>2</sup>Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

<sup>3</sup>Expressão destacada in “Marques, Cláudia Lima e Benjamim; Antônio Herman e Miragem, Bruno. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 600.



conferido aos consumidores que adquirem produtos ou serviços fora do estabelecimento comercial.

Nesse sentido, vale ressaltar no ano de criação do Código de Defesa do Consumidor, (1990) o legislador se atinha às vendas pelo telefone e a domicílio, onde não se cogitava qualquer tipo de comércio pela internet. Nos dias atuais essas vendas perderam o posto completamente pelas vendas online, sendo o direito de arrependimento uma das principais formas de proteção contratual, razão pela qual, merece uma maior atenção e reforma.

Segundo Rizzato Nunes ( 2006) 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.

Na visão de Fernando Gravato de Moraes ( 2008) 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 de acordo com 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 QUESTÕES ACERCA DA APLICAÇÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO**

Muito se debate a respeito da questão que envolve o início do prazo para contagem do direito de arrependimento e até mesmo, a ausência de restrições ao seu emprego. A interpretação literal do texto da norma, diz que os sete dias da desistência começam a contar de sua assinatura, ou do ato de recebimento do produto ou serviço.

Todavia, o momento é oportuno para se criticar o diploma pois, como desistir de um serviço já concluído por força do prazo de reflexão? Exemplo: Um bombeiro hidráulico que foi acionado pela internet para coibir um vazamento de emergência. O serviço é concluído com prontidão, e logo após o consumidor exerce o direito de



arrependimento por força do art. 49; CDC. É certo que o prestador de serviço não receba pelo feito? Como retornar ao *status quo ante*? Vale lembrar, que por força da própria lei o consumidor sequer precisa motivar as razões que fizeram desistir do negócio.

Por essas e outras razões, o direito como regulador das relações humanas, carece de aparato para que se predomine o bom senso. Para se resolver questões como a do exemplo acima, Portugal exercendo sua prodigalidade, evoluiu sua legislação para adequar-se ao equilíbrio peculiar das relações de consumo, trazendo limitações ao exercício do direito de arrependimento, proibindo sua utilização para os contratos cuja execução já tenha sido iniciada<sup>4</sup>.

Dessa forma, o fornecedor não seria penalizado com consumidores que de má-fé utilizassem desse instituto. O objetivo dessa norma nos países Europeus é ponderar o direito de arrependimento nos contratos de prestação de serviços, não podendo este ser exercido em relação ao serviço prestado, mas apenas para aqueles contratos que vierem a ser celebrados, do contrário, entendem os países de primeiro mundo a caracterização de um flagrante abuso de direito conforme nossa própria legislação (art. 187 do Código Civil<sup>5</sup>).

Vejam algumas decisões dos Tribunais a respeito da matéria:

Tribunal de Justiça de Mato Grosso

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 – DEVOLUÇÃO – 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 suplantam o direito de arrependimento, até porque tais circunstâncias não descaracterizam

4 Decreto-Lei 143/2001 – Art. 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 acordo do consumidor, antes do termo do prazo previsto no nº 1 do artigo anterior.

5 Art. 187. 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.

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.24068, 3ª Câmara Cível. Rel. Des. José Ferreira Leite. j. 28/06/2000).

#### Tribunal de Justiça de Minas Gerais

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL - INDENIZAÇÃO - DEFEITO DO PRODUTO - INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA - AUSÊNCIA DE COMPROVAÇÃO DE FATO IMPEDITIVO, MODIFICATIVO OU EXTINTIVO DO DIREITO DO AUTOR- DIREITO DE ARREPENDIMENTO - POSSIBILIDADE - RECURSO NÃO PROVIDO.

- Se houve a inversão do ônus da prova, incumbe ao fornecedor demonstrar a inexistência do vício, sob pena de sujeitar-se a uma das exigências do art. 18, § 1º, CDC, quais sejam, a substituição do produto, a restituição do valor pago ou o abatimento proporcional do preço, à escolha do consumidor.

- Ainda que inexista o defeito alegado pelo comprador, este tem o direito de arrependimento, uma vez que a compra se deu fora do estabelecimento comercial e o consumidor manifestou-se dentro do prazo de sete dias, conforme dispõe o art. 49 do CDC. APELAÇÃO CÍVEL Nº 1.0024.09.638308-8/001 - COMARCA DE BELO HORIZONTE - APELANTE(S): ADEMAR RODRIGUES GAMEIRO ME (MICROEMPRESA) - APELADO(A)(S): CAMILA DE SOUZA ALMEIDA

#### Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul:

CDC. PROPRIEDADE COMPARTILHADA. VENDA DE ACOES COM PROMESSA DE ATO GRATUITO DE HOSPEDAGEM. RESCISAO DE CONTRATO POR VICIO DE VONTADE. CUIDANDO-SE DE CONTRATO SUJEITO AO CDC, AS DUVIDAS SOBRE A FORMA DE CAPTACAO DA VONTADE DO CONSUMIDOR NO MOMENTO DA ADESAO DEVEM SER INTERPRETADAS EM SEU FAVOR. PRAZO DE REFLEXAO QU SE CONTA FAVORAVELMENTE EMBENEFICIO DO ADERENTE. ACOA DE REVISAO CONTRATUAL COM PEDIDO DE RESTITUICAO DE VALORES PAGOS JULGADA PROCEDENTE. SENTENCA MANTIDA. (Apelação Cível Nº 598362119, Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Maria Isabel Brogini, Julgado em 20/10/1999).

Segundo Nelson Nery Junior<sup>6</sup>, autor do Anteprojeto do CDC, manifestou que “o fornecedor que opta por práticas comerciais mais incisivas, como as vendas a domicílio ou por marketing direto, isto é, fora do estabelecimento comercial, corre o

<sup>6</sup> NERY JUNIOR, Nelson et al. Código brasileiro de defesa do consumidor. Comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. São Paulo: Forense, 2007, p. 563.



risco do negócio, de modo que não tem do que reclamar se a relação jurídica é desfeita em virtude do arrependimento do consumidor”.

Por mais que se leve em consideração o ônus do empreendimento, entendo dever sempre prevalecer o bom senso.

### **3 O ART. 49 NO ANTEPROJETO DO CDC**

O projeto de Lei do Senado nº281/2012 instituído para apresentar propostas de atualização ao Código de Proteção e Defesa do Consumidor, vindo sendo debatido para reformar a norma de acordo com a evolução das relações de consumo.

Especificamente sobre o tema aqui tratado, as propostas de alteração são expressivas, pois buscam inserir novos nove parágrafos. Veja a seguir:

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 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 para que este possa abarcar todos os casos de contratação à distância.

No meu entendimento, o parágrafo que mais merece destaque, é o segundo, que 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 de dificuldade de acesso a seu conteúdo.

O que defendo nesse estudo, coaduna com a ideia da comissão, pois muitas vezes, o consumidor pode estar dentro do estabelecimento da empresa, mas não tem acesso ao produto ou serviço que adquire.

A exemplo, um consumidor dirigir-se a uma loja e adquirir um produto que não está exposto porque está esgotado, poderá exercer o direito de arrependimento assim que receber o produto.

Veja-se, que o direito não se limita apenas aos contratos à distância: seu dever de informação não é cumprido de forma correta, ou é cumprido de forma insuficiente, o direito de arrependimento deve ser conferido ao consumidor.

Entretanto, seria de maior utilidade ao consumidor, que este direito fosse detalhado em um rol exemplificativo, pois acredito que apenas essa possibilidade de cancelamento, que carece de provas para ter efeito, não seja o suficiente para defender o consumidor.

Muito mais prático, se o consumidor já soubesse que possui sete dias para cancelar a compra quando comprar uma geladeira, um ar-condicionado, um apartamento... Enfim, produtos/serviços em que não se possa testar imediatamente



quando da contratação.

Dessa forma, para que o fornecedor também não fosse prejudicado, o consumidor que devolvesse o produto sem justificativa plausível, deveria arcar com os gastos da utilização durante o período, como forma de compensação pelo desgaste do objeto, conforme já faz a jurisprudência dominante.

#### **4 REALIDADE DO SISTEMA NACIONAL**

Os PROCON'S do Brasil recebem cotidianamente uma enxurrada de reclamações. A situação não é diferente na nossa cidade, o PROCON de Juiz de Fora é um órgão integrante do Sistema Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor e recebe, em média, 200 reclamações por dia. Dessas, 10% referem-se a consumidores insatisfeitos com produtos comprados dentro ou fora do estabelecimento comercial.

São reclamações que acabam por falecer na Agência por conta de regulamentação específica da norma no tocante aqueles adquiridos diretamente na loja, como por exemplo, um colchão por encomenda.

Outro fato que ajuda a engordar essa lista de produtos com defeito é a chamada obsolescência programada. Poucos conhecem ou sabem o que quer dizer esse “palavrão”. Porém, hoje em dia, todo mundo já teve a sensação provocada por essa faceta do consumo moderno. Apesar do avanço tecnológico, resultando na criação de uma diversidade de materiais disponíveis para a produção e compra, hoje nossos eletrodomésticos e eletroeletrônicos têm durabilidade muito inferior do que os aparelhos fabricados há 50 anos.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec)<sup>7</sup>, o desgaste natural dos produtos é normal. Mas, o produto ser “planejado” para parar de funcionar ou se tornar obsoleto em curto período de tempo é prática da indústria que deve ser combatida.

Um dos principais exemplos de obsolescência programada é a lâmpada. Quando criada, durava muito. Mas, os fabricantes perceberam que venderiam um número limitado de unidades. Assim, criaram uma fórmula para limitar o

---

<sup>7</sup><http://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/entenda-o-que-e-obsolencia-programada>.



funcionamento das peças, que passaram a durar apenas mil horas, por exemplo.

Um estudo do Idec sobre percepção e hábitos dos consumidores brasileiros em relação ao uso e descarte de aparelhos eletrônicos comprovou que as pessoas esperam uma vida útil de dois a três anos a mais do que, de fato, os equipamentos oferecem. A falta de assistência técnica, elevado custo para o conserto e a atualização estão entre os principais fatores que influenciam na troca.

Celulares, smartphones e computadores estão entre os equipamentos que apresentam a maior frequência de problemas de funcionamento. Para a entidade, a obsolescência funcional programada, ou seja, o tempo de durabilidade, é planejado para ser menor e induzir novas vendas.

Também existe a obsolescência psicológica, quando os consumidores são induzidos a trocar de produtos mesmo que ainda não apresentem defeitos, estimulados pela rápida substituição por modelos mais modernos lançados.

Pesquisadora do Idec, Renata Amaral diz que não existe nenhuma regulamentação que determine o tempo de vida útil de um equipamento. Segundo ela, a sensação de que os produtos duram menos é grande entre os consumidores. Além disso, a pesquisadora alerta sobre a necessidade das pessoas refletirem se é mesmo necessário trocar de aparelho, às vezes, até com menos de um ano de uso.

#### **4.1 Prazo maior de garantia**

Professor do MBA em Estratégia e Ciências do Consumo da ESPM-Rio, Eduardo França diz que, desde a crise de 2008, há incentivo grande ao consumo. Segundo ele, é um movimento próprio da economia.

Porém, França afirma, no entanto, que há tendência de consumo consciente que leva a pessoa a refletir sobre preço, qualidade e necessidade na hora da compra de um novo produto.

Já uma pesquisa da Proteste<sup>8</sup> — Associação Brasileira de Defesa do Consumidor, apontou que 45% dos eletrônicos e eletrodomésticos apresentam defeito antes de completarem dois anos de uso. Os campeões são as câmeras

---

<sup>8</sup> <http://www.proteste.org.br/institucional/imprensa/press-release/2014/pesquisa-da-proteste-mostra-que-defeito-logo-apos-fim-da-garantia-estimula-a-compra-de-produto-novo>



fotográficas, os computadores e os tablets.

Por isso, a entidade lançou uma campanha para ampliar o prazo da garantia legal, que hoje é de apenas três meses, para dois anos. A justificativa é que se a garantia for mais longa, a indústria investiria em produtos mais duradouros.

#### 4.2 Entrevista à Dr<sup>a</sup>. Roberta Gomes de Lade

Para complemento do presente estudo, entrevistei a Supervisora de Atendimento do Procon/JF, Dr<sup>a</sup> Roberta Gomes de Lade, a qual passo a transcrever:

Os consumidores que procuram o Procon/JF geralmente têm conhecimento do direito de arrependimento?

Sim, de uma maneira distorcida mas têm. A maioria deles, entendem que o prazo de reflexão de 7 dias é relacionado à qualquer tipo de compra, dentro ou fora da loja. Daí surge a necessidade do Procon em levar informação e conhecimento ao consumidor, explicando que esse instituto do direito de arrependimento só é aplicável naqueles casos em que não é possível ver, manusear, testar o produto que está sendo comprado.

Qual a posição do Procon/JF com relação aos consumidores que compraram na loja determinado produto, e por qualquer motivo deseja cancelá-lo?

Independente da lei, o Procon/JF busca a conciliação entre as partes, mesmo quando o consumidor não está legalmente amparado. Nossa função social vai muito além dos escritos no Código. Neste caso específico, nós entramos em contato telefônico com o fornecedor explicando os motivos que fizeram com que o consumidor quisesse cancelar a compra, e a partir daí, tentamos um acordo ressaltando que, nesta hipótese, o acordo é mera liberalidade do estabelecimento comercial.

O Procon/JF percebe um aumento do consumismo desnecessário, ou seja, aquele puramente fruto de *merchandising*?

Sim, todos os dias recebemos consumidores de boa e de má-fé que utilizam-se do Procon para cancelar determinada compra feita por impulso, geralmente através da internet e com pagamento pelo cartão de crédito. Também vemos muitos produtos que logo após a compra apresentaram algum tipo de defeito sendo necessária a intervenção da autoridade, e é claro, o consumidor procura a Agência pleiteando a substituição/restituição, pois não concorda em esperar o



prazo de 30 dias, nem tampouco quer um aparelho consertado, já que pagou por um produto novo. Aí, como ele não possui esse direito de troca imediata, salvo para os produtos essenciais, ele acaba comprando outro sem a menor necessidade.

Para finalizar, a senhora concorda com a necessidade de ampliarmos a interpretação do art. 49, CDC para que o prazo de reflexão possa ser aplicado em todas as compras ou contratações dentro ou fora do estabelecimento comercial?

É uma boa ideia, porém vejo com ressalvas, pois senão poderíamos banalizar o instituto da lei, prejudicando o fornecedor e até desequilibrando o mercado de consumo. Acho que a ampliação desse artigo deveria ser específica, principalmente para aqueles produtos que não se tem mostruário. Entendo que deveriam constar na própria nota fiscal que o consumidor testou ou não o produto, para que possa ou não fazer jus ao direito de arrependimento.

## CONCLUSÃO

Ante o exposto, é certo dizer, que nos dias atuais o poder de compra do consumidor aumentou consideravelmente, principalmente se levarmos em consideração a facilidade de crédito facultada ao cidadão que consegue contratar, até mesmo, grandes empréstimos sem precisar nem ao menos comprovar sua renda.

Esse crescimento desenfreado, insustentável e leonino, fruto de um pesado investimento de marketing, gerou por conseguinte um superaquecimento nas compras/contratações no mercado de consumo e, aquilo que hoje era o melhor, o mais moderno, amanhã já não será mais.

A exemplo, os celulares, tablets, ipod's, iphone's "perecem" mais rápido do que a velocidade da luz, e o consumidor que não teve – e não tem – nenhum estudo de educação para o consumo compra... compra... compra... sem sequer saber para que está adquirindo.

Nesse chorrilho da evolução consumerista, o legislador preocupou-se em preservar o consumidor no tocante a avaliação do produto/serviço que está sendo adquirido, outorgando-lhe o prazo de sete dias para desistir da compra/contratação desde que esta, tenha ocorrido fora do estabelecimento comercial.

É o chamado direito de arrependimento, cujo objetivo é assegurar ao consumidor a possibilidade de teste, manuseio e informação real do produto dentro



de um prazo razoável (uma semana) para que este não leve “gato por lebre”.

Todavia, mesmo direito não socorre àqueles que realizam suas compras dentro das lojas, pois nesse caso, – em tese – o consumidor teria a possibilidade de tocar, testar, analisar o produto em tela.

Na realidade, sabemos que essa é uma prerrogativa que não ocorre na prática, afinal, alguém já conseguiu testar uma geladeira ou um ar-condicionado, um computador ou até mesmo um celular dentro da loja?

Assim, o presente estudo apresentou a realidade da legislação, que carece de mudanças, defendendo a necessidade de ampliação do direito de arrependimento, para que este seja aplicado nas compras dentro e fora do estabelecimento comercial. Desta feita, o consumidor poderá realmente analisar e comparar os diversos produtos e serviços expostos no mercado de consumo.

## **PROTECCIÓN DE LA LUZ DEL DERECHO CONTRACTUAL AL ARREPENTIMIENTO**

### **ABSTRACT**

El trabajo pantalla trata de explicar los privilegios enumerados en el art. 49 de la Ley Federal 8.078/90 - Código de Protección y Defensa del Consumidor - presentando la necesidad de una interpretación amplia de un dispositivo de este tipo, dado el excesivo aumento del consumo a la realidad actual. El estudio presenta las posibles soluciones que se extienden a la aplicación de la norma. La metodología elegida fue documental, utilizando doctrinas, jurisprudencia, datos del Sistema Nacional de los procesos de consumo y administrativos. La conclusión de este análisis, la importancia del derecho de cancelación por cualquier relación de consumo que actualmente se aplica únicamente para la compra/contratos se produjo fuera del



establecimiento.

**PALABRAS CLAVE:** DERECHO DE ARREPENTIMIENTO. APLICACIÓN Estricta de la Ley. Necesidad de Expansión.

### REFERÊNCIAS

BRASIL. **Código Civil**. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm). Acesso em 10/2014.

BRASIL. **Código de Proteção e Defesa do Consumidor**. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm). Acesso em 10/2014.

BRASIL. Instituto de Defesa do Consumidor. Disponível em:  
<http://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/entenda-o-que-e-obsolescencia-programada>. Acesso em 10/2014.

BRASIL. Associação Proteste. Disponível em:  
<http://www.proteste.org.br/institucional/imprensa/press-release/2014/pesquisa-da-proteste-mostra-que-defeito-logo-apos-fim-da-garantia-estimula-a-compra-de-produto-novo>. Acesso em 10/2014.

GARCIA, Medeiros. **Direito do consumidor código comentado e jurisprudência**. Bahia. 2014.

MARQUES, BENJAMIM, MIRAGEM; Cláudia Lima, Antônio Herman e Bruno. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2013.

MORAIS, Fernando Gravato. **A evolução do direito de consumo**. Revista Portuguesa de Direito de Consumo, 2008.

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

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

PORTUGAL. **Decreto-Lei 143/2001**. Disponível em:  
<http://www.pgr.pt/pub/difusos/26/Legislacao.htm>. Acesso em 10/2014.