



O DIREITO AO ARREPENDIMENTO APLICADO NAS COMPRAS PELA INTERNET: ANÁLISE DE DECISÕES DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO TOCANTINS

THE RIGHT TO REPENT APPLIED TO INTERNET PURCHASES: ANALYSIS OF DECISIONS OF THE COURT OF JUSTICE OF THE STATE OF TOCANTINS

Anne Caroline Sousa SANTOS

Universidade Tocantinense Presidente Antônio Carlos (UNITPAC)

E-mail: annecaroline_sousa21@outlook.com

<https://orcid.org/0009-0001-6799-3591>

Mainardo Filho Paes da SILVA

Universidade Tocantinense Presidente Antônio Carlos (UNITPAC)

E-mail: mainardoadv@hotmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-0919-4781>

298

RESUMO

Com o passar dos anos a internet vem crescendo e tornando-se uma das maiores ferramentas de empreendedorismo e negócio, e com isso o aumento das compras on-line vem se tornando comum. Com o aumento das compras vem também as consequências, pois as compras realizadas de forma on-line não trazem a devida segurança necessária aos usuários e acaba lesando os consumidores. Para auxiliar o consumidor nessa relação tem-se o instituto do direito ao arrependimento, que garante ao consumidor o direito de desistir de uma compra, por isso, será abordado neste trabalho o direito ao arrependimento aplicado nas compras pela internet com uma análise de decisões do Tribunal de Justiça do Estado do Tocantins.

Palavras-chave: Direito ao arrependimento. Internet. Consumidor.

ABSTRACT

Over the years, the internet has grown and become one of the greatest tools for entrepreneurship and business, and with this the increase in online shopping has become common. With the increase in purchases also comes consequences, as purchases made online do not provide the necessary security for users and end up harming consumers. To assist the consumer in this relationship, there is the institute of the right to repentance, which guarantees the consumer the right to give up on a

purchase, therefore, this work will address the right to repentance applied to internet purchases with an analysis of decisions of the Court of Justice of the State of Tocantins.

Keywords: Right to repentance. Internet. Consumer.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo analisar o instituto do direito ao arrependimento diante das compras feitas pela internet, pois é notável que a cada dia que passa a evolução tecnológica vem fazendo com que o mundo ande mais “acelerado” e com isso, tudo em volta segue esse mesmo ritmo frenético. Com o avanço da globalização e dos meios de comunicação a internet tem se tornado um instrumento fundamental, no qual tornou-se uma ferramenta de comércio utilizada por inúmeras pessoas.

O setor de vendas do mercado on-line cresceu 20,56% em janeiro de 2022 em comparação ao mês de janeiro do ano de 2021, conforme os dados da Companhia Compre & Confie e a Câmara Brasileira da Economia Digital (ARAUJO; RESENDE, 2022). O mercado digital é um segmento que só vem a crescer, no primeiro semestre de 2023 as vendas no varejo digital cresceram cerca de 20,01% em relação ao mesmo período do ano passado, é o que aponta a pesquisa divulgada pela Linx, uma empresa do grupo StoneCo. em agosto deste ano (GS1 BRASIL, 2023).

Em contrapartida a isso, é necessário entender como o direito ao arrependimento é aplicado nas compras on-line, pois o direito do consumidor é uma garantia constitucional exarada no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988, no qual o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor (1988).

Partindo da premissa de que o Estado promoverá a defesa do consumidor na forma da lei, serão analisados como objetivo principal os institutos do direito ao arrependimento, e o decreto federal nº 7.962/2013 que traz a proteção da segurança jurídica nas relações de consumos eletrônicos. Para entender a aplicação do direito ao arrependimento no caso concreto serão analisadas decisões judiciais tomadas pelo Tribunal Superior do Estado do Tocantins.

Atualmente a internet encontra inúmeras formas de facilitar os meios de compra, criando propagandas que chamem a atenção do consumidor e que façam com

que cada vez mais pessoas sejam adeptas das compras on-line, o que gera cada vez mais relações de consumo, no entanto, nem todos esses consumidores entendem quais seus direitos e qual a proteção que tem ao realizar uma compra virtual, o que o deixa a relação vulnerável.

É de suma importância abordar e entender como e quais as maneiras o direito do consumidor rege essa relação, levando essa informação a todas as pessoas que já são adeptas das compras on-line e não sabem que possuem o direito ao arrependimento ou que são amparadas por uma legislação, como também, as pessoas que tem vontade de ingressar nesse mercado, seja como consumidor ou fornecedor, a ter uma compreensão a respeito da relação, gerando assim um equilíbrio diante de um mercado que vem se expandindo tanto.

DIREITO DO CONSUMIDOR

As relações de consumo fazem parte do cotidiano da sociedade, comprar seja por meios digitais ou presencialmente é comum e vem crescendo cada vez mais. Aliado a isso para a proteção dessas relações tem-se o direito do consumidor que foi criado com o intuito de proteger as relações jurídicas entre consumidor e fornecedor.

Para a tutela sobre a proteção do consumidor, foi criada a lei nº 8.078/90 que logo em seu artigo 1º dispõe que o código de defesa do consumidor terá o intuito de trazer proteção e defesa do consumidor, do interesse social e da ordem pública (BRASIL, 1990).

O direito do consumidor é uma garantia constitucional que vem exposta no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988, no qual dispõe que o Estado promoverá na forma da lei a defesa do consumidor. Sendo disposto também no artigo 170, inciso V da Constituição Federal a garantia da defesa do consumidor.

As Disposições Constitucionais Transitórias determinaram que dentro de cento e vinte e cinco dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor, comprometendo, assim, o legislador a editar tal código. Mais do que estar encomendado pela constituição, estava também com prazo determinado e, ainda, já nomeado Código de Defesa do Consumidor (CAVALIERI FILHO, 2011, pp. 11-12).

Logo, a Lei nº 8.078/90 é Código por determinação constitucional (conforme art. 48 do ADCT/CF), o que mostra, desde logo, o primeiro elemento de ligação entre ele e a Carta Magna (NUNES, 2018).

A Constituição Federal trouxe a defesa do consumidor como uma garantia constitucional, sendo que o Código de Defesa do Consumidor constitui-se como um microsistema vinculado aos preceitos constitucionais.

O direito do consumidor faz parte da terceira geração dos direitos fundamentais (Direitos de Fraternidade), decorrentes de profundas alterações sociais na comunidade internacional, com foco na preservação da qualidade de vida, constituindo-se em interesses metaindividuais (difusos) (JORDÃO, 2021).

O Código de Defesa do Consumidor é uma lei principiológica, que ingressa no sistema jurídico, fazendo, um corte horizontal, indo, no caso do CDC, atingir toda e qualquer relação jurídica que possa ser caracterizada como de consumo e que esteja também regrada por outra norma jurídica infraconstitucional (NUNES, 2018).

O artigo 2º do CDC apresenta o conceito de consumidor, sendo descrito como toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final (BRASIL, 1990).

Do outro lado da relação, tem-se o fornecedor, que vem disposto no artigo terceiro do CDC, como 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 (BRASIL, 1990).

O consumidor é caracterizado como a parte mais frágil da relação e por isso possui a garantia a segurança e proteção jurídica em torno das suas relações. O consumidor, diga-se, é ente desigual, e, para que haja igualdade, deve-se tratar os desiguais de forma desigual. Explica-se assim, portanto, a razão pela qual foram necessários e, por conseguinte, elaborados os direitos básicos do consumidor, presentes atualmente no Art. 6 do CDC (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 8).

O direito do consumidor é pautado sobre alguns princípios básicos que garantem a primazia e a segurança da relação, pois o consumidor por ser a parte mais vulnerável da relação tem uma maior proteção, sendo disposto no artigo 6º do CDC os direitos básicos do consumidor, como por exemplo, o direito à proteção à vida, a

informação, a publicidade e ao livre acesso em tudo que envolva os diferentes produtos e serviços.

BREVE CONCEITO DE INTERNET

De forma breve, pode-se compreender a internet como uma rede de conexões que permite o compartilhamento de dados de forma mais rápida. A internet é o meio que interliga as pessoas, por suas conexões, redes sociais e as infinitas possibilidades que abrange.

A Internet surgiu a partir de um projeto da agência norte-americana Advanced Research and Projects Agency (ARPA) objetivando conectar os computadores dos seus departamentos de pesquisa (ESCOLA, 2022).

O nome internet deriva da junção de duas palavras de origem inglesa, international network. Traduzindo para o português, rede internacional, que pode ser entendida de forma simples como uma rede mundial de computadores interligados, que são capazes de transmitir dados e informações para qualquer usuário conectado (MOTA, 2010).

Inerente ao conceito da internet, tem-se o comércio eletrônico, que segundo Vissotto e Boniati (2013) discorrem:

Comércio eletrônico é o processo de comprar, vender ou trocar produtos, serviços e informações através da rede mundial de computadores. Caracteriza-se pelo uso dos meios digitais para a realização de transações comerciais online, com computadores, celulares, smartphones e tablets. Trata-se de um meio moderno e eficiente de se realizar compras, vendas, serviços, troca de produtos e informações através da internet, o que possibilita a expansão do setor comercial. (VISSOTTO; BONIATI, 2013, p.15).

A internet com certeza foi uma das muitas façanhas criadas pela humanidade, pois imaginar como é possível a conexão de inúmeras pessoas por aparelhos celulares, computadores e redes de comunicação é fascinante.

A história da criação e do desenvolvimento da Internet é a história de uma aventura humana extraordinária. Ela põe em relevo a capacidade que tem as pessoas de transcender metas institucionais, superar barreiras burocráticas e subverter valores estabelecidos no processo de inaugurar um mundo novo. Reforça também a ideia de que no processo de que a cooperação e a liberdade de informação podem ser

mais propícias à inovação do que a competição e os direitos de propriedade (CASTELLS, 2003, pág. 13).

Com base nisso, é notável observar que a internet facilita o contato, as relações e a venda de produtos e de prestações de serviços. E durante a pandemia as vendas pela internet cresceram cerca de 27% em 2021 e tem uma prospecção para aumentar ainda mais em 2022 (COSTA,2022).

Os setores que mais cresceram durante a pandemia foram os de hobby, livraria e o de farmácia, sendo os que mais se adequaram à realidade do isolamento social (VILELA, 2021).

Como consequência da pandemia, muitos comércios tiveram de fechar as portas, e com o comércio eletrônico foi uma oportunidade para inúmeros comerciantes, empreendedores e famílias de conseguir uma nova forma de trabalhar.

A internet é uma ferramenta fundamental atualmente, e auxilia toda a sociedade em suas conexões, no compartilhamento de informações e vem sendo uma das maiores ferramentas de comércio na atualidade.

DIREITO AO ARREPENDIMENTO

O Direito ao arrependimento é garantido no Código de Defesa do Consumidor, como explanado no artigo 49 do CDC:

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 (BRASIL, 1990).

O direito ao arrependimento foi um instituto criado no artigo 49 do CDC, com o intuito de garantir ao consumidor o direito de desistir, como se fosse um prazo de reflexão para o consumidor decidir se quer ou não o produto ou serviço.

É comum ver pessoas adquirindo produtos e se arrependendo pouco tempo depois, por isso esse instituto é tão importante, pois já faz parte do cotidiano popular comprar produtos de forma impulsiva e depois se arrepender.

Segundo Felipe Peixoto Braga Netto:

O direito de arrependimento objetiva resguardar o consumidor das agressivas estratégias de vendas, perante as quais fixa esvaziada a

capacidade do consumidor de meditar acerca da conveniência do ajuste. Muitas vezes o consumidor se deixa levar pelo impulso, ou mesmo se mostra incapaz de dizer não à insistência habilidosa do vendedor, e termina por adquirir um produto ou serviço que não precisava, ou pior, que não terá como pagar sem gravar sacrifício pessoal (NETTO, 2015).

Neste ínterim tem de se observar que o artigo deixa claro que o direito ao arrependimento é válido sempre que a contratação de produto ou serviço for feita fora do estabelecimento, especialmente se ocorrer por meio de telefone ou a domicílio.

Nesse contexto, informa a doutrina especializada, segundo magistério de Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves que:

Nas situações em que o produto ou serviço é adquirido no estabelecimento, não há o direito de arrependimento. Todavia, na prática, há um costume saudável de as empresas trocarem produtos, em especial quando o consumidor diz não estar satisfeito com eles; ou ainda porque o bem de consumo não lhe serviu. Os fornecedores assim os fazem para não perderem a clientela, mantendo um bom relacionamento com a coletividade consumerista (TARTUCE; NEVES, 2017).

Apesar de ser explanado no artigo 49 do CDC que nas situações em que o produto não é adquirido no estabelecimento não haverá direito ao arrependimento, é comum ver na prática consumerista os estabelecimentos disponibilizando o prazo de 07 dias para ser efetuada a troca de produto.

Para Rizzatto Nunes:

O aspecto relevante é a proteção do consumidor nesse tipo de aquisição. O CDC, exatamente para proteger o consumidor nas compras pelos meios citados, nas quais há menos garantias de que tais aquisições sejam bem-sucedidas, assim também para evitar, como dissemos, comprar por impulso ou efetuadas sob forte influência da publicidade sem que o produto esteja sendo visto de perto, concretamente, ou sem que o serviço possa ser mais bem examinado, estabeleceu o direito de desistência a favor do consumidor (NUNES, 2015).

O direito ao arrependimento é uma garantia ao consumidor, pois em compras feitas fora do estabelecimento aumenta-se a vulnerabilidade diante da escolha e da garantia do produto, por isso o instituto é tão importante para a proteção do consumidor.

Concomitante a isso, o decreto nº 7.962/2013 tem o intuito de regulamentar o Código de Defesa do Consumidor por meio de sua aplicação no comércio eletrônico.

O artigo 5º e seguintes do decreto nº 7.962/2013 expõe formas de aplicar o direito ao arrependimento, *vide*:

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.

§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que:

I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou

II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

§ 4º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento (BRASIL, 2013).

No CDC o direito ao arrependimento não vem explanado de forma ampla, sendo o decreto aplicado como uma forma de detalhar como e quais as formas em que ocorrerá a aplicação desse direito. Sendo que, assim como discorre o caput do artigo 5º do decreto supracitado, o fornecedor deve estabelecer de forma clara e objetiva quais as formas para o exercício do direito.

Uma das características para o direito do arrependimento é a aplicação fora dos ambientes dos estabelecimentos, logo, como bem dispõe o § 1º do artigo 5º do decreto 7.962/2013 o consumidor poderá exercer seu direito ao arrependimento pela mesma plataforma que adquiriu o produto ou serviço.

Destaca-se ainda que a regra não requer nenhuma explicação vinda do consumidor sendo necessário apenas a demonstração objetiva da desistência. Segundo Nunes (2018):

A ideia de um prazo de “reflexão” pressupõe o fato de que, como a aquisição não partiu de uma decisão ativa, plena, do consumidor, e também como este ainda não “tocou” concretamente o produto ou testou o serviço, pode querer desistir do negócio depois que o avaliou melhor (NUNES, 2018, p. 730).

Como trata Gomide (2014, p. 168) que para o direito de arrependimento, a primeira consequência do Decreto 7.962/2013 é garantir ao consumidor a possibilidade de exercer o direito de arrependimento em qualquer horário do dia, através de um sistema eficaz.

Desta forma, é claro observar o quanto o direito do consumidor é importante, seja nas compras pela internet ou nos serviços e produtos adquiridos nos estabelecimentos, pois por se tratar da parte vulnerável da relação merece uma atenção especial para o resguardo da relação jurídica entre consumidor e fornecedor. O Direito ao arrependimento pode ser visto como uma das formas de tutela do direito do consumidor para trazer proteção e segurança jurídica.

ANÁLISE DE JURISPRUDÊNCIA DO TJ/TO

O direito ao arrependimento é uma forma de proteção jurídica presente nas relações de consumo, diante disso serão analisadas algumas decisões tomadas pelo Tribunal de Justiça do Estado do Tocantins aplicando tal instituto, como verifica-se abaixo as seguintes decisões:

Ementa: APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE REPETIÇÃO DE INDÉBITO CUMULADA COM INDENIZAÇÃO. PACOTE DE VIAGEM. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. ARTIGO 49 DO CDC. RESTITUIÇÃO INTEGRAL DA COMPRA. DEVOUÇÃO EM DOBRO. DANOS MORAIS CONFIGURADOS. RECURSO PROVIDO.

1. A relação jurídica estabelecida entre as partes litigantes é nitidamente de consumo, onde a parte autora figura como consumidor e as requeridas como prestadoras de serviços, devendo a matéria ser apreciada sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

2. É cabível a devolução integral do valor pago quando a compra é feita à distância, fora do estabelecimento comercial, caso em que o consumidor tem até 7 dias para expressar seu desejo de arrependimento.

3. Considerando a conduta em não devolver integralmente os valores despendidos, tem-se a presença dos pressupostos caracterizadores da responsabilidade civil e, por consequência, o dever de indenizar em dobro, nos termos do art. 42, em seu parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor.

4. A não devolução imediata de valores após o exercício do direito de arrependimento, na forma do art. 49, parágrafo único do CDC, além de desgaste, ocasiona no consumidor os sentimentos de impotência e frustração, o que enseja o dever de indenizar.

5. Recurso conhecido e provido. (TJTO, Apelação Cível, 0013566-73.2020.8.27.2722, Rel. ANGELA ISSA HAONAT, 5ª TURMA DA 1ª CÂMARA CÍVEL, julgado em 17/08/2022, DJe 24/08/2022 15:16:16).

Em uma primeira análise, pode ser observado que antes de ser utilizado o direito ao arrependimento, tem que ser verificado se a relação se enquadra em uma relação de consumo, que é primeiramente observar se na relação existem as figuras do fornecedor, do consumidor e do produto/serviço, para caracterizar a relação de consumo, Maria A. Zanardo Donato (1993) conceitua a relação de consumo como a relação que o direito do consumidor estabelece entre o consumidor e o fornecedor, conferindo ao primeiro um poder e ao segundo um vínculo correspondente, tendo como objeto um produto ou serviço.

Após a verificação da relação de consumo, é necessário que o consumidor dentro do prazo de 7 dias exerça o seu direito ao arrependimento, conforme artigo 49 do CDC, e como discorre o parágrafo único do artigo supracitado, se o consumidor exercer o direito ao arrependimento dentro do prazo os valores devem ser pagos integralmente e atualizados. Este entendimento não é somente do Tribunal de Justiça do Tocantins, conforme será visto abaixo em decisão abaixo do TJGO:

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TELEFONIA. APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. VULNERABILIDADE TÉCNICA DA EMPRESA. MULTA RESCISÓRIA PELO DESCUMPRIMENTO DA CLÁUSULA DE FIDELIZAÇÃO. ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR. COBRANÇA INDEVIDA CARACTERIZADA. INSCRIÇÃO EM CADASTRO DE INADIMPLENTES. DANO MORAL CONFIGURADO. VALOR MANTIDO. 1. Em regra, o Código de Defesa do Consumidor não é aplicável quando o produto ou serviço é contratado para a implementação de atividade econômica. Contudo, essa regra tem sido mitigada quando for demonstrada a hipossuficiência técnica da pessoa jurídica em relação à prestadora de serviços, como no caso, de modo que se afigura possível a aplicação das normas consumeristas. 2. **Configurada a relação de consumo, a empresa contratante pode exercer seu direito de arrependimento no prazo de 7 dias, conforme prevê o art. 49 do CDC.** No caso, o prazo deve ser contado a partir da data do recebimento do produto ou serviço, seja em virtude da contratação ter sido efetivada fora do estabelecimento comercial da apelante, seja pelo fato de que, somente a partir do recebimento dos celulares e da ativação do plano telefônico poderia, de fato, testá-los e avaliá-los. 3. Constatado o exercício do direito de arrependimento antes mesmo do recebimento do produto ou serviço, se mostra indevida a cobrança dos débitos originados após a desistência do negócio. 4. Nos termos da jurisprudência do STJ, a inscrição irregular em cadastros de inadimplentes configura dano moral presumido (in re ipsa), isto é,

prescinde de prova, ainda que a prejudicada seja pessoa jurídica. 5. Observados os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade, deve ser mantido o valor da indenização fixado na sentença (R\$ 3.000,00), nos termos da Súmula n. 32 deste Tribunal. APELAÇÃO CÍVEL CONHECIDA E DESPROVIDA.

Antemão, será verificado a possibilidade do não exercício ao arrependimento, conforme entendimento abaixo:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER C/C DANOS MORAIS COM PEDIDO DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA. MIGRAÇÃO DE PLANO TELEFÔNICO. **DIREITO DE ARREPENDIMENTO. ART. 49 DO CDC. AUSÊNCIA DE PROVAS DOS FATOS CONSTITUTIVOS DO DIREITO DO AUTOR. ART. 373, I DO CPC. NECESSIDADE DE COMPROVAÇÃO MÍNIMA DOS FATOS ALEGADOS. RECURSO DESPROVIDO. SENTENÇA MANTIDA.**

1. Como explicitado na sentença, em que pese se tratar de ação de cunho consumerista, o autor não é dispensado de demonstrar os fatos constitutivos de seu direito, nos termos do disposto no art. 373, I do CPC, em especial quanto aos requisitos que permeiam o ato ilícito.

[...] 4. Recurso conhecido e desprovido. Sentença mantida. (TJTO, Apelação Cível, 0018345-84.2019.8.27.2729, Rel. MAYSA VENDRAMINI ROSAL, 3ª TURMA DA 1ª CÂMARA CÍVEL, julgado em 18/08/2021, DJe 30/08/2021 16:59:41)

É sabido que o consumidor é a parte vulnerável em uma relação de consumo, pois sempre acaba sendo a parte que possui menos entendimento e informações, ao menos na maioria das situações, e mesmo diante de ter uma extensa proteção conferida pelo código de defesa do consumidor, não está livre de deveres na relação de consumo, pois apesar de possuir direitos que lhe garantem segurança, tem de fazer jus a esses direitos.

Como observado na decisão acima citada, mesmo sendo ação consumerista o autor não está livre de provas os fatos constitutivos de seu direito.

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE EXCLUSÃO DE PROTESTO C/C DANOS MORAIS, REPETIÇÃO DE INDÉBITO. ÁLBUM DE FORMATURA. **DIREITO DE ARREPENDIMENTO. DESCABIMENTO. DANO MORAL. NÃO CONFIGURADO. SENTENÇA MANTIDA. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO.**

1. A anotação indevida em cadastro de inadimplentes nos casos em que o devedor já conta com registro não gera direito à indenização por danos morais. Foi o que definiu o c. Superior Tribunal de Justiça por meio da Súmula 385 que reza: "Da anotação irregular em cadastro de proteção ao crédito, não cabe indenização por dano moral, quando preexistente legítima inscrição, ressalvado o direito ao cancelamento".

2. A alegação de arrependimento arguida pela Reconvinda/Apelante não merece acolhimento, tendo em vista que além de ter sido realizada fora do prazo previsto no art. 49, do CDC, trata-se de produto de caráter personalíssimo e de fácil reprodução. 3. Apelação conhecida e não provida (TJTO, Apelação Cível, 0010876-32.2014.8.27.2706, Rel. HELVÉCIO DE BRITO MAIA NETO, 4ª TURMA DA 1ª CÂMARA CÍVEL, julgado em 20/10/2021, DJe 28/10/2021 18:44:15)

Com base nos julgados acima, nota-se que o direito é e sempre será uma “via de mão dupla”, pois é essencial que para o direito do arrependimento ser aplicado deve ser feito dentro do prazo de 7 dias, mesmo sendo uma proteção a relação jurídica, é uma proteção para as duas partes, pois ao passo que o consumidor tem o direito de desistir da compra, no prazo correto, o fornecedor, caso o consumidor não o faça no prazo, não tem obrigação de efetuar devolução dos valores de um direito que não foi arguido a tempo, como é possível observar diante das decisões acima.

METODOLOGIA

Na busca para alcançar os objetivos propostos com a pesquisa, será utilizado como metodologia o tipo de pesquisa teórico, no qual utiliza-se em sua predominância quadros teóricos de referências pela utilização da bibliografia fundamental.

Será ainda uma pesquisa básica em sua natureza, também conhecida como a pesquisa pura, que busca ampliar o conhecimento existente sobre esse tema, sendo ainda uma pesquisa qualitativa no que se refere à abordagem de seu objeto, pois preocupa-se nessa pesquisa em aprofundar e compreender a aplicação do direito do consumidor nas compras pela internet.

Para se alcançar um resultado mais profundo em relação a seu objeto, será utilizada a pesquisa exploratória, aprofundando-se em material bibliográfico e documental para esclarecer, apresentar e até modificar conceitos e ideias.

Por fim, será utilizado o método dedutivo, no qual partirá de uma premissa geral, abrangente, até ideias e hipóteses menores, no qual busca-se alcançar por um caminho lógico para chegar a um entendimento específico sobre o tema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se com o presente artigo que o direito do consumidor é essencial para garantir a segurança jurídica das relações entre consumidor e fornecedor, que é uma relação delicada. O direito do consumidor garante que a parte mais frágil, da relação que é o consumidor do produto esteja resguardado diante das armadilhas que a relação oferece.

O direito ao arrependimento, como bem observado, pode ser resumido como o prazo de reflexão que o consumidor terá para ter a certeza do produto ou serviço que adquiriu, e para ter mais segurança na compra que está fazendo. Sendo que apesar de ser uma garantia de extrema importância, é essencial que seja utilizada com cautela e em tempo hábil.

Como bem observado o critério mais importante para a aplicação desse instituto é que o arrependimento ocorra no prazo determinado em lei, não havendo nenhum outro requisito para que seja efetuada o arrependimento, pois, muito fornecedores acabam condicionando o direito ao arrependimento a não utilização do produto ou serviço, o que não cabe, pois tal condição vai ao contrário da legislação, já que o consumidor estará desistindo do produto ou serviço, não importando se a caixa do produto está aberta ou não.

Apesar de tal proteção ser conferida ao consumidor, muitos usuários não sabem que podem desistir das compras realizadas pela internet, e muitas vezes as empresas acabam vendendo os produtos e não disponibilizando opção de troca, deixando assim o consumidor lesado na relação. Muitos consumidores acreditam que para desistir de uma compra precisam ter uma motivação e apresentar alguma justificativa à empresa, sendo que conforme o artigo 49 do CDC é bem claro quando dispõe que é direito do consumidor desistir de uma compra em tempo hábil sem precisar apresentar qualquer justificativa à empresa.

Com isso, é possível perceber que apesar de a internet ser uma grande facilitadora para as vendas, apresentando inúmeras opções de produtos, é uma grande plataforma que influencia em golpes, propagandas abusivas e relações que levam o consumidor a erro. Por isso, é essencial a informação e disseminação nos meios digitais dos direitos e deveres de cada parte presente na relação jurídica, para que ambas tenham a proteção necessária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAUJO, Thaynara; RESENDE, Isabelle. **E-commerce registra alta de 20,56% nas vendas em janeiro de 2022.** CNN Brasil, 2022. Disponível em:< <https://www.cnnbrasil.com.br/business/e-commerce-registra-alta-de-2056-nas-vendas-em-janeiro-de-2022/>>. Acesso em: 05 de setembro de 2023.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Senado Federal: Planalto, 1988. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 06 de setembro de 2023.

BRASIL. **LEI Nº 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor.** Planalto, 1990. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 06 de outubro de 2023.

BRASIL. **Decreto nº 7.962/2013 de 15 de Março de 2013.** Regulamenta a Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Planalto Brasília, DF, 15 março 2013. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm>. Acesso em:< 10 de outubro de 2023.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade;** tradução Maria Luiza X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

COSTA, Mariana. **Com pandemia vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$ 161bi em 2021.** Estado de Minas, 2022. Disponível em:< https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,1342064/com-pandemia-vendas-pela-internet-crescem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml>. Acesso em: 06 de setembro de 2023.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao consumidor: conceito e extensão.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

ESCOLA, Equipe Brasil. **"Internet".** Brasil Escola, 2022. Disponível em:< <https://brasilescola.uol.com.br/informatica/internet.htm>>. Acesso em: 07 de outubro de 2023.

GOMIDE, A. J. **Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo.** São Paulo: Grupo Almedina, 2014.

GSD BRASIL. **Crescimento das vendas em e-commerce surpreende em 2023,** 2023. Associação Brasileira de Automação. Disponível em:< Crescimento das vendas em e-commerce surpreende em 2023 – GS1 Brasil>. Acesso em: 23 de outubro de 2023.

Anne Caroline Sousa SANTOS; Mainardo Filho Paes da SILVA. **O DIREITO AO ARREPENDIMENTO APLICADO NAS COMPRAS PELA INTERNET: ANÁLISE DE DECISÕES DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO TOCANTINS.** JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. 2023. FLUXO CONTÍNUO – MÊS DE NOVEMBRO. Ed. 47. VOL. 01. Págs. 298-313. ISSN: 2526-4281 <http://revistas.faculdadefacit.edu.br>. E-mail: jnt@faculdadefacit.edu.br.

JORDÃO, Jordana Borges. **O Direito do Consumidor nas relações de Consumo virtuais**. 2021, pgs. 18. Projeto de Pesquisa - Curso de Direito. UNIRV, Caiapônia, 2021.

MOTA, Rafaella Ribeiro. **Blog como ferramenta de relacionamento e posicionamento de marca com o mercado consumidor: Um estudo de caso do blog "Energia Eficiente" da Philips**. 2010, pgs. 83. Monografia - Curso de Comunicação Social. FA7 - Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, 2010.

NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Manual de Direito do Consumidor**. 10^a ed. Bahia: Ed. JusPodivm. 2015.

NUNES, Rizatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 12^o Ed. São Paulo : Saraiva Educação, 2018.

NUNES, Rizatto. **Curso de direito do consumidor**. 13^o ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 2. ed. rev., modif. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

OPAS. **História da pandemia de Covid-19**. Organização Pan-Americana de Saúde, s.d. Disponível em: < <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em: 06 de setembro de 2023.

VILELA, Luiza. **E-commerce é o setor que cresceu 75% em meio a pandemia**. Novarejo, 19 de fevereiro de 2021. Disponível em: < <https://www.consumidormoderno.com.br/2021/02/19/e-commerce-setor-cresceu-75-crise-coronavirus/>>. Acesso em: 06 de outubro de 2023.

VISSOTTO, E. M.; BONIATI, B. B. **Comércio eletrônico**. Frederico Westphalen: Ed. Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Agrícola de Frederico Westphalen, 2013.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**. Direito Material e Processual. 6^a ed. São Paulo: Método, 2017.

TJTO. **Apelação Cível, 0013566-73.2020.8.27.2722**, Rel. ANGELA ISSA HAONAT , 5^a TURMA DA 1^a CÂMARA CÍVEL , julgado em 17/08/2022, DJe 24/08/2022. Disponível em: <<https://jurisprudencia.tjto.jus.br/consulta.php?q=DIREITO+AO+ARREPENDIMENTO>>. Acesso em: 01 de novembro de 2023.

TJTO. **Apelação Cível, 0018345-84.2019.8.27.2729**, Rel. MAYSA VENDRAMINI ROSAL , 3^a TURMA DA 1^a CÂMARA CÍVEL , julgado em 18/08/2021, DJe 30/08/2021. Disponível em: <<https://jurisprudencia.tjto.jus.br/consulta.php?q=DIREITO+AO+ARREPENDIMENTO>>. Acesso em: 01 de novembro de 2023.

TJTO. **Apelação Cível, 0010876-32.2014.8.27.2706**, Rel. HELVÉCIO DE BRITO MAIA NETO , 4^a TURMA DA 1^a CÂMARA CÍVEL , julgado em 20/10/2021, DJe 28/10/2021.

Anne Caroline Sousa SANTOS; Mainardo Filho Paes da SILVA. **O DIREITO AO ARREPENDIMENTO APLICADO NAS COMPRAS PELA INTERNET: ANÁLISE DE DECISÕES DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO TOCANTINS**. JNT Facit Business and Technology Journal. QUALIS B1. 2023. FLUXO CONTÍNUO - MÊS DE NOVEMBRO. Ed. 47. VOL. 01. Págs. 298-313. ISSN: 2526-4281 <http://revistas.faculdadefacit.edu.br>. E-mail: jnt@faculdadefacit.edu.br.

Disponível em:<
<https://jurisprudencia.tjto.jus.br/consulta.php?q=DIREITO+AO+ARREPENDIMENTO>
>. Acesso em: 01 de novembro de 2023.

TJGO. **APELAÇÃO CÍVEL N.º 5140528-71.2022.8.09.0011**, Rel. DES. SÉRGIO MENDONÇA DE ARAÚJO, 7º Câmara Cível, julgado em 20/10/2023. Pdf.