

# O direito ao arrependimento do consumidor nos contratos eletrônicos: um estudo comparado da legislação consumerista brasileira e portuguesa

**Patrícia Costa Reis**

**Dissertação de Mestrado em Direito – Especialização em Ciências Jurídico-Políticas**

Orientação: Prof.<sup>a</sup> Doutora Fernanda Rebelo

Setembro, 2024





### Declaração de Autorização de Depósito no Repositório Institucional

Nome: Patrícia Costa Reis

Telf./Telem.: 5598989176123 Nº. do B.I./C.C.: \_\_\_\_\_

Correio eletrónico: patriciacostajus@gmail.com

Mestrado em: Direito - Especialização em Ciências Jurídico-Políticas

Doutoramento em: \_\_\_\_\_

Título da Dissertação/Trabalho de Projeto/Relatório de Estágio/Tese (Riscar o que não interessa): \_\_\_\_\_

○ DIREITO AO ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS: um estudo comparado da legislação consumerista na sílva e portuguesa

Orientador(es): \_\_\_\_\_

Prof.<sup>ª</sup> Doutora Fernanda Rebelo

Declaro, para os devidos efeitos, que concedo gratuitamente à Universidade Portucalense Infante D. Henrique, para além da livre utilização do título e do resumo por mim disponibilizados, autorização para arquivar e tornar acessível aos interessados, nomeadamente através do seu Repositório Institucional, o trabalho supra identificado, de acordo com o seguinte estatuto (assinalar apenas uma opção):

- Disponibilização imediata do texto integral para acesso mundial.
- Disponibilização do texto integral após um período de embargo de  1 ano  2 anos  3 anos após o qual autorizo o seu acesso mundial.
- Disponibilização apenas da informação bibliográfica do trabalho (autor, título e resumo, entre outros).

Mais declaro que a subscrição da presente declaração não implica a renúncia à titularidade dos direitos de autor, os quais são pertença do subscritor desta declaração, nem ao direito de usar a obra em trabalhos futuros.

Porto, 13 de março de 20 25

Assinatura: Patrícia Costa Reis

**Patrícia Costa Reis**

**O DIREITO AO ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR  
NOS CONTRATOS ELETRÔNICOS: um estudo  
comparado da legislação consumerista brasileira e  
portuguesa**

Dissertação de Mestrado apresentada à  
Universidade Portucalense – Infante D.  
Henrique, para a obtenção do Grau de  
Mestre em Direito, Especialização em  
Ciências Jurídico-Políticas.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Doutora Fernanda  
Rebelo

Setembro, 2024

# AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus, por ter me concedido a bênção de realizar esse sonho.

Não posso deixar de agradecer a Hanniere Reis, *in memoriam*, por ter sido um esposo companheiro e incentivador. Sem a sua ajuda e apoio jamais teria conseguido. Sua partida durante o curso me fez pensar em desistir; mas a vontade de honrar o seu esforço e os nossos filhos me fizeram prosseguir.

Dedico parte crucial desta vitória à minha mãe, pelo suporte, carinho, amor e dedicação a mim e aos meus filhos durante a conclusão desse mestrado. Minha eterna gratidão pelo zelo em cuidar de tudo ao meu redor enquanto precisava me debruçar sobre este trabalho.

Me faltam palavras ainda para expressar o sentimento de gratidão que tenho pelos colegas de curso que, no momento mais difícil da minha vida, me ofereceram o suporte afetivo e material que precisava para continuar. Todo reconhecimento é pouco diante do que vocês fizeram por mim. Guardarei cada um de uma forma mais que especial em meu coração.

À minha orientadora, Prof.<sup>a</sup> Doutora Fernanda Rebelo, por toda assistência e direcionamento.

## RESUMO

A pesquisa propõe uma análise comparativa dos regimes jurídicos do direito ao arrependimento do consumidor em Portugal e no Brasil, considerando o contexto atual do contrato eletrônico. O estudo objetiva investigar semelhanças e diferenças entre os sistemas legais dos dois países, examinando as legislações, jurisprudências e doutrinas pertinentes ao tema. A metodologia adotada consiste em uma revisão de literatura, que abrange artigos acadêmicos, legislações e decisões judiciais relacionadas ao direito de arrependimento do consumidor. Os resultados obtidos destacam tanto as convergências quanto as particularidades dos sistemas jurídicos de Portugal e do Brasil em relação ao direito de arrependimento do consumidor. O estudo revela a importância fundamental desse direito como garantia para os consumidores, especialmente em transações realizadas à distância no ambiente digital. Além disso, identifica lacunas nas legislações e possíveis desafios a serem superados para uma proteção efetiva dos direitos do consumidor no contrato eletrônico em ambos os países. Ao destacar a relevância desse direito e as suas implicações para as relações de consumo, o estudo contribui para o fortalecimento dos direitos dos consumidores e para o desenvolvimento de um ambiente de contrato eletrônico mais justo, equitativo e sustentável.

**Palavras-chave:** Direito do consumidor; Contratos eletrônicos; Contratos à distância; Direito ao arrependimento.

## **ABSTRACT**

The research proposes a comparative analysis of the legal regimes of the right to consumer repentance in Portugal and Brazil, considering the current context of electronic contracts. The study aims to investigate similarities and differences between the legal systems of the two countries, examining the legislation, case law and doctrine relevant to the subject. The methodology adopted consists of a literature review, covering academic articles, legislation and court decisions relating to the consumer's right to withdraw. The results obtained highlight both the convergences and the particularities of the legal systems of Portugal and Brazil in relation to the consumer's right of withdrawal. The study reveals the fundamental importance of this right as a guarantee for consumers, especially in transactions carried out remotely in the digital environment. In addition, it identifies gaps in legislation and possible challenges to be overcome for effective protection of consumer rights in electronic contracts in both countries. By highlighting the relevance of this right and its implications for consumer relations, the study contributes to strengthening consumer rights and developing a fairer, more equitable and sustainable electronic contract environment.

**Keywords:** Consumer law; Electronic contracts; Distance contracts; Right to withdraw.

# ÍNDICE

1	INTRODUÇÃO .....	8
2	MARCO LEGAL EUROPEU NO CONTRATO ELETRÔNICO E DIREITO DO CONSUMIDOR .....	11
2.1	Contextualização do contrato eletrônico .....	12
2.1.1	Vulnerabilidade do consumidor nas transações <i>on-line</i> .....	16
2.1.2	Importância do direito do consumidor e do enquadramento legal .....	26
2.2	Diretiva n.º 2011/83/UE e seu impacto no Decreto-Lei n.º 24/2014 .....	32
2.2.1	Âmbito de aplicação do Decreto-Lei n.º 24/2014 .....	35
2.2.2	Exclusões do âmbito do Decreto-Lei n.º 24/2014 .....	40
2.3	Direito do consumidor à informação pré-contratual .....	44
2.4	Apontamentos sobre as diretivas da União Europeia .....	51
3	O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO BRASIL E EM PORTUGAL: fundamentos e aplicações .....	59
3.1	Conceito e características .....	59
3.1.1	Fundamentos do direito de arrependimento .....	68
3.2	As diferentes denominações do direito de arrependimento e as formas de exercício .....	71
3.2.1	Prazos e formas: revogação, resolução, retratação do contrato .....	72
3.3	Efeitos do exercício do direito de arrependimento .....	76
3.3.1	Exceções, abuso do direito e dever de informação .....	84
4	ANÁLISE COMPARATIVA: direito de arrependimento em Portugal e Brasil .....	87
4.1	Breves considerações sobre o direito de arrependimento europeu .....	87
4.1.1	Direito de arrependimento em Portugal .....	90
4.2	Comparação entre os sistemas jurídicos .....	93
5	CONCLUSÃO .....	97
	REFERÊNCIAS .....	100
	Legislação e Jurisprudência .....	103
	ANEXO .....	107

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AgInt no AREsp	–	Agravo Interno no Agravo em Recurso Especial
art.	–	artigo
arts.	–	artigos
B2B	–	<i>Business to Business</i>
B2C	–	<i>Business to Consumer</i>
BGB	–	<i>Bürgerliches Gesetzbuch</i>
CC	–	Código Civil
CDC	–	Código de Defesa do Consumidor
CE	–	Comissão Europeia
CEE	–	Comunidade Económica Europeia
CF/1988	–	Constituição Federal Brasileira de 1988
consult.	–	consultado
CPC	–	Código de Processo Civil
CPP	–	Código de Processo Penal
CRP	–	Constituição da República Portuguesa
DJe	–	Diário da Justiça Eletrónico
DL	–	Decreto-Lei
ed.	–	edição
EEE	–	Espaço Económico Europeu
<i>et al.</i>	–	<i>et alii/et aliae</i> (e outros)
<i>et seq.</i>	–	<i>sequentia</i> (seguinte/que segue)
FAGG	–	<i>Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz</i>
FPPC	–	Fórum Permanente de Processualistas Cívicos
IPB	–	Instituto Politécnico de Bragança
jan.	–	janeiro
LDC	–	Lei de Defesa do Consumidor
LGPD	–	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
n.º	–	número
<i>op. cit.</i>	–	<i>opus citatum</i> (obra citada)
p.	–	página
PE	–	Pernambuco
PGDL	–	Procuradoria-Geral Distrital de Lisboa
pp.	–	páginas
ref.	–	referência

REsp	– Recurso Especial
RGPD	– Regulamento Geral de Proteção de Dados
RHC	– Recurso Ordinário no <i>Habeas Corpus</i>
SMS	– <i>Short Message Service</i>
SP	– São Paulo
STF	– Supremo Tribunal Federal
STJ	– Superior Tribunal de Justiça
TJDFT	– Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios
TJUE	– Tribunal de Justiça da União Europeia
UAL	– Universidade Autónoma de Lisboa
UC	– Universidade de Coimbra
UCP	– Universidade Católica Portuguesa
UE	– União Europeia
ULusíada	– Universidade Lusíada do Porto
UM	– Universidade do Minho
UNICEUB	– Centro Universitário de Brasília
UNL	– Universidade Nova de Lisboa

## **ÍNDICE DE QUADROS**

Quadro 1 – Direito de arrependimento na União Europeia .....	88
Quadro 2 – Principais diferenças e semelhanças – Portugal e Brasil .....	94
Quadro 3 – Principais diferenças e semelhanças – Portugal e Brasil .....	95
Quadro 4 – Legislações .....	107

# 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o avanço do contrato eletrônico tem transformado as dinâmicas das relações de consumo em uma escala global. Nesse contexto, o direito de arrependimento do consumidor emerge como uma ferramenta crucial de proteção, sobretudo em transações realizadas remotamente e, diante desse panorama, este estudo visa examinar e contrastar os regimes legais do direito de arrependimento do consumidor em Portugal e no Brasil.

O principal objetivo deste estudo é investigar as similaridades e diferenças entre os sistemas jurídicos de Portugal e do Brasil no que diz respeito ao direito de arrependimento do consumidor. Para isso, serão analisadas as legislações, jurisprudências e doutrinas pertinentes a fim de identificar os pontos de convergência e as particularidades de cada regime jurídico.

A metodologia adotada neste trabalho consiste em uma revisão de literatura, onde serão consultadas fontes bibliográficas, artigos acadêmicos, legislações e decisões judiciais relacionadas ao tema. A partir da análise desses materiais, serão identificados os principais aspectos dos regimes jurídicos do direito de arrependimento em Portugal e no Brasil, bem como as suas implicações na prática.

Destaca-se que os resultados obtidos do estudo mostram as semelhanças e diferenças entre os sistemas jurídicos de ambos os países, evidenciando a importância do direito de arrependimento como garantia fundamental para os consumidores em ambientes de contrato eletrônico. O direito ao arrependimento constitui uma proteção fundamental do consumidor não apenas nos contratos eletrônicos, mas nos contratos celebrados à distância em geral, porém a presente pesquisa incidirá sobre os contratos eletrônicos. Ademais, serão identificadas lacunas nas legislações e possíveis desafios a serem superados para uma efetiva proteção dos direitos do consumidor.

Ante o exposto, este estudo contribui para o entendimento mais aprofundado do direito de arrependimento do consumidor em contextos jurídicos distintos, fornecendo perspectivas que podem aprimorar as legislações (ou interpretações das legislações) e práticas relacionadas ao contrato eletrônico. Além disso, pode servir como base para futuras pesquisas e debates sobre o tema, incentivando uma reflexão contínua sobre a proteção dos direitos dos consumidores no ambiente digital.

A evolução da tecnologia, bem como a mudança da mentalidade da própria sociedade ao longo do tempo, criou um cenário propício à expansão do contrato eletrônico e, por conseguinte, a uma nova forma de contratar. No âmbito das relações de consumo, verificam-se novos tipos de formação de contratos, em que o consumidor,

virtualmente, celebra o contrato à distância, cuja presença física e simultânea das partes nunca se verifica, como previsto no Decreto-Lei (DL) n.º 24/2014, artigo 3.º, alínea h.

Contudo, o contrato eletrônico, ao passo em que desenvolveu a economia, também simplificou a realização dos contratos, de forma mais benéfica para ambas as partes. Entretanto, essa nova modalidade de contratação colocou o consumidor numa condição mais vulnerável, diante da falta de conhecimento da realidade comercial no ambiente virtual. Assim, fez-se necessária a existência de normas específicas, capazes de regular os contratos realizados à distância, em especial o contrato eletrônico, salvaguardando o interesse das partes. Segundo Barros<sup>1</sup>:

[...] os legisladores português e brasileiro dispuseram de um mecanismo protetivo e de correção de desequilíbrios na relação de consumo, o qual permite a reflexão adequada do consumidor face às técnicas agressivas de venda realizada por grande parcela de comerciantes: o direito de arrependimento.

Nesse contexto, surge a figura do direito de arrependimento, que possui aspectos muito particulares, especialmente no que se refere à sua aplicabilidade, condicionada por princípios específicos<sup>2,3</sup>. O direito de arrependimento do consumidor é um direito previsto nas legislações brasileira e portuguesa. Em Portugal, permite ao consumidor desistir de um contrato de compra e venda de produtos ou serviços, sem necessidade de justificar o seu arrependimento, no prazo de 14 dias; já no Brasil, o prazo é de 7 dias.

Em Portugal, o direito de arrependimento está previsto no artigo 10.º do DL n.º 24/2014<sup>4</sup>, de 14 de fevereiro, que estabelece o regime jurídico do contrato eletrônico. Esse artigo prevê que o consumidor pode desistir do contrato celebrado à distância, sem necessidade de indicar o motivo, no prazo de 14 dias a contar da data de recepção do bem ou da prestação do serviço. Conforme a seguinte redação:

1 - O consumidor tem o direito de resolver o contrato sem incorrer em quaisquer custos, para além dos estabelecidos no n.º 3 do artigo 12º e no artigo 13º, quando for caso disso, e sem necessidade de indicar o motivo, no prazo de 14 dias ou, nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial a que se referem as subalíneas ii) e v) da alínea i) do artigo 3.º, no prazo de 30 dias<sup>5</sup>.

No Brasil, o direito de arrependimento está previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor (CDC)<sup>6</sup>, que estabelece que o consumidor pode desistir do

---

<sup>1</sup> BARROS, J. P. O direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de consumo como forma de extinção das obrigações: um estudo de direito comparado luso-brasileiro. In: A. P. MONTEIRO, ed. *Estudos de direito do consumidor*. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2018, pp. 117-118. ISBN 16460375.

<sup>2</sup> MARQUES, C. L., BENJAMIN, A. H. V. e MIRAGEM, B. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 2.ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. ISBN: 8520328164.

<sup>3</sup> CALAIS-AULOY, J. La vente à distance en Droit français. *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*. 1995, n.º 4, p. 7. ISSN 08739773.

<sup>4</sup> Decreto-Lei n.º 24/2014. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 14-02-14, n.º 32, pp. 1393-1403 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/24-2014-572450>.

<sup>5</sup> *Ibidem*.

<sup>6</sup> NEGRÃO, C. L. C. A., org. *Código de Defesa do Consumidor*. 12.ª ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2022. ISBN 9788540208445.

contrato de compra e venda de produtos ou serviços, sem necessidade de justificativa, no prazo de 7 dias a contar da data do recebimento do produto ou do ato de recebimento do serviço. Conforme a seguinte redação:

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 à domicílio<sup>7</sup>.

Para exercer o direito de arrependimento no Brasil, o consumidor deve comunicar a sua intenção ao fornecedor, por escrito, no prazo previsto na lei. O fornecedor deve devolver o valor pago pelo consumidor, no prazo máximo de 14 dias, contados a partir da data em que recebeu a comunicação de arrependimento. Entretanto, o direito de arrependimento não se aplica a todos os tipos de contratos.

Em Portugal, o direito de arrependimento não se aplica aos contratos de fornecimento de bens ou serviços que sejam personalizados ou que se destinem a satisfazer necessidades específicas do consumidor<sup>8</sup>. Por seu turno, no Brasil, esse direito também não se aplica aos contratos de fornecimento de bens ou serviços personalizados ou destinados a satisfazer necessidades específicas do consumidor, bem como aos contratos de prestação de serviços de jogos de azar e loterias.

O direito de arrependimento é um direito importante para os consumidores, pois lhes confere uma maior flexibilidade na realização de compras. Esse direito permite aos consumidores avaliarem, antes de se comprometerem com a compra, os produtos ou serviços que adquiriram. Surge como ferramenta segura, notadamente nos contratos de consumo, para permitir a desvinculação do consumidor de qualquer contrato, sem a necessidade de uma motivação ou justificativa prévia, dentro do período previsto na legislação de cada país.

Assim, no presente trabalho, o objetivo é compreender o instituto do direito do arrependimento e as suas implicações, especificamente nos contratos celebrados à distância, dada a crescente importância desta modalidade de contrato na sociedade de consumo atual. No bojo do regime jurídico dos contratos celebrados à distância, estabelecido pelo DL n.º 24/2014<sup>9</sup>, o objeto deste estudo são os contratos eletrônicos.

Além disso, serão abordados os aspectos que caracterizam o direito de arrependimento e será feita a análise desse instituto nas legislações portuguesa e brasileira, a sua aplicabilidade, diferenças, exceções e respectivas implicações nas relações contratuais à distância. Tal instituto tem tido cada vez mais destaque, visto que revela o grau cada vez maior de importância no tocante à proteção do consumidor.

---

<sup>7</sup> NEGRÃO, ref. 6.

<sup>8</sup> Os contratos excluídos estão previstos no artigo 17.º do DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>9</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

## 2 MARCO LEGAL EUROPEU NO CONTRATO ELETRÔNICO E DIREITO DO CONSUMIDOR

O contrato eletrônico emergiu como uma das esferas de maior expansão na economia global, proporcionando aos consumidores uma vasta gama de produtos e serviços com uma acessibilidade sem precedentes, alavancada pelo poderoso impulso midiático que estimula o consumo. Na Europa, esse setor não é exceção, com milhões de transações *on-line* ocorrendo diariamente. No entanto, esse cenário de expansão também traz consigo desafios significativos, especialmente no tocante à proteção dos direitos dos consumidores.

Primeiro, é essencial contextualizar o contrato eletrônico e reconhecer a vulnerabilidade dos consumidores nas transações *on-line*. A facilidade de acesso e a vasta gama de opções muitas vezes podem obscurecer os riscos associados, deixando os consumidores em posição de desvantagem. Questões como informações enganosas, práticas comerciais desleais e falta de transparência podem minar a confiança do consumidor e comprometer a sua segurança financeira.

Nesse contexto, o direito do consumidor desempenha um papel crucial, pois a presença de um arcabouço legal robusto é essencial para assegurar a proteção adequada dos consumidores nas suas transações com fornecedores *on-line*. A legislação europeia reconhece essa necessidade e tem implementado medidas para fortalecer os direitos dos consumidores no cenário digital.

Uma das peças centrais desse enquadramento legal é a Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>10</sup> do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de outubro de 2011, que estabelece normas mínimas para os direitos dos consumidores em contratos celebrados à distância<sup>11</sup> e fora do estabelecimento comercial, além de conter regras para contratos do consumo em geral — por esse motivo, tal diretiva é designada “Diretiva sobre os Direitos dos Consumidores”. Essa diretiva foi transposta para o direito nacional de diversos países europeus, incluindo Portugal, por meio do DL n.º 24/2014, de 14 de fevereiro<sup>12</sup>. Essa legislação define o âmbito de aplicação das regras, os requisitos para contratos celebrados à distância e as exclusões que se aplicam.

---

<sup>10</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Estrasburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 22-11-2011, n.º L304, pp. 64-88 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>.

<sup>11</sup> Sobre a proteção do consumidor na contratação à distância, à luz da Diretiva n.º 2011/83/UE e do DL n.º 24/2014, entre outros diplomas, ver: REBELO, F. M. N. *Contratação a distância e proteção do consumidor* [em linha]. Tese de doutoramento), Universidade Portucalense Infante D. Henrique, Porto, 2015 [consult. 20 dez. 2024]. Disponível no Repositório UPT: <http://hdl.handle.net/11328/1414>.

<sup>12</sup> O DL n.º 24/2014 entrou em vigor no dia 13 de junho, em conjunto com as disposições estabelecidas pela Lei n.º 47/2014, datada de 28 de junho. A Lei n.º 47/2014 procedeu à alteração da Lei n.º 24/1996 (Lei de Defesa do Consumidor) e da Lei n.º 24/2014.

É importante destacar que o direito do consumidor à informação pré-contratual desempenha um papel fundamental na proteção dos consumidores. Essa informação permite que os consumidores tomem decisões informadas antes de realizar uma compra *on-line*, reduzindo assim o risco de fraudes ou práticas comerciais enganosas.

Em resumo, o marco legal europeu no contrato eletrônico e direito do consumidor tem como objetivo primordial assegurar a segurança e a confiança dos consumidores nas transações *on-line* e em geral, ou seja, nas transações à distância nacionais e transfronteiriças. Para abordar essa temática, este capítulo foi estruturado em três principais tópicos, com o intuito de explorar de maneira abrangente os elementos essenciais desse arcabouço jurídico.

O primeiro tópico aborda a vulnerabilidade do consumidor no contexto do contrato eletrônico, destacando a importância do direito do consumidor e seu enquadramento legal. O segundo tópico discute a Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>13</sup> e seu impacto específico no DL n.º 24/2014<sup>14</sup>.

Por fim, o último tópico trata do direito do consumidor à informação pré-contratual, vital para transações *on-line* justas e transparentes. Tal estrutura possibilita uma análise aprofundada das questões-chave relacionadas à proteção dos consumidores no ambiente digital, promovendo, conseqüentemente, relações comerciais mais justas e transparentes.

## 2.1 Contextualização do contrato eletrônico

A proliferação da *Internet* não apenas expandiu as relações comerciais existentes, mas também deu origem a novas formas de contratação no ambiente virtual. De acordo com Couto<sup>15</sup>, embora não haja uma definição única e consensual de contrato eletrônico, as várias definições propostas não apresentam divergências extremas em seu conteúdo.

Segundo Albertin<sup>16</sup>, o contrato eletrônico, também conhecido como *e-commerce*, é caracterizado pela realização de transações comerciais, sejam elas com ou sem fins lucrativos, por meio de dispositivos eletrônicos, como computadores, tablets e smartphones. Essas transações são fundamentadas em dois conceitos principais: *business to business* (B2B) e *business to consumer* (B2C).

---

<sup>13</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>14</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>15</sup> COUTO, R. I. E. F. *Comércio e consumo electrónico: algumas considerações jurídicas* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2004 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível no Repositório IPB: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/6146>.

<sup>16</sup> ALBERTIN, A. L. *Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação*. 4.ª ed. São Paulo: Atlas, 2002. ISBN 8522431442.

Os conceitos de B2B e B2C são fundamentais para entender a dinâmica do contrato eletrônico. O B2B refere-se a transações comerciais realizadas entre empresas, onde uma empresa vende produtos ou serviços diretamente para outra empresa. Por outro lado, o B2C refere-se às transações em que as empresas vendem produtos ou serviços diretamente aos consumidores finais<sup>17,18</sup>.

No contexto do contrato eletrônico, o B2B abrange uma variedade de atividades, desde a aquisição de matéria-prima até a venda de produtos acabados entre empresas. Essas transações podem envolver a compra de equipamentos industriais, *software* empresarial, serviços de consultoria, entre outros. O contrato eletrônico B2B é frequentemente caracterizado por transações de alto valor e complexidade, envolvendo contratos comerciais negociados e personalizados para atender às necessidades específicas de cada cliente empresarial<sup>19,20</sup>.

Por outro lado, o B2C refere-se às transações em que as empresas vendem diretamente aos consumidores finais. Esse modelo é amplamente utilizado em plataformas de contrato eletrônico, onde os consumidores podem comprar uma variedade de produtos e serviços, desde roupas e eletrônicos até alimentos e entretenimento.

O contrato eletrônico B2C é caracterizado pela simplicidade das transações, com produtos prontamente disponíveis para compra *on-line* e entrega direta aos consumidores<sup>21,22</sup>. Albertin<sup>23</sup> define o contrato eletrônico como “a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, através da aplicação intensa das tecnologias de comunicação e de informação, atendendo os objetivos de negócio”.

A definição de contrato eletrônico proposta por Albertin<sup>24</sup> destaca a realização completa da cadeia de valor dos processos de negócio em um ambiente eletrônico, utilizando amplamente as tecnologias de comunicação e informação para atender aos objetivos de negócio. Essa definição ressalta a abrangência do contrato eletrônico, que vai desde a fase inicial de prospecção de clientes até o pós-venda, englobando todas as etapas do processo comercial.

Além disso, a ênfase na aplicação intensa de tecnologias destaca a importância da infraestrutura digital para viabilizar e potencializar as operações comerciais *on-line*.

---

<sup>17</sup> KOTLER, P. e KELLER, K. L. *Marketing management*. 15.ª ed. New York: Pearson, 2016. ISBN 9780133856460.

<sup>18</sup> LAUDON, K. C. e TRAVER, C. G. *E-commerce: business, technology, society*. 15.ª ed. New York: Pearson, 2019. ISBN 9780134998459.

<sup>19</sup> KOTLER e KELLER, *op. cit.*

<sup>20</sup> LAUDON e TRAVER, *op. cit.*

<sup>21</sup> KOTLER e KELLER, *op. cit.*

<sup>22</sup> LAUDON e TRAVER, *op. cit.*

<sup>23</sup> ALBERTIN, ref. 16, p. 15.

<sup>24</sup> *Ibidem*.

No entanto, a definição pode ser complementada com uma abordagem mais ampla que considere também aspectos como a interação entre consumidores e a segurança das transações, elementos fundamentais no contexto do contrato eletrônico contemporâneo.

Quanto às modalidades do contrato eletrônico, Couto<sup>25</sup> destaca a distinção entre o comércio eletrônico direto e comércio eletrônico indireto. O comércio eletrônico direto refere-se a transações comerciais em que a compra e venda de produtos ou serviços ocorrem de forma contínua, sem interrupções físicas<sup>26</sup>. Nesse modelo, a negociação, a execução e a entrega dos produtos ou serviços acontecem de maneira totalmente digital ou por meio de *downloads*, sem necessidade de envio físico dos produtos.

Essa modalidade é comumente observada em cenários como a venda de produtos digitais, como *e-books*, músicas, *softwares*, jogos e cursos *on-line*. Aqui, o cliente pode realizar o pedido, efetuar o pagamento e receber o produto imediatamente através da *Internet*, eliminando a necessidade de entrega física.

O comércio eletrônico direto apresenta benefícios tanto para os vendedores quanto para os consumidores. Para os vendedores, possibilita a automação de grande parte do processo de compra e venda, reduzindo custos e aumentando a eficiência. Para os consumidores, oferece conveniência e acesso instantâneo aos produtos ou serviços adquiridos.

Segundo Turban<sup>27</sup>, uma das principais vantagens para os consumidores é a conveniência, pois podem realizar compras a qualquer momento e em qualquer lugar, sem precisar se deslocar para uma loja física. Além disso, a variedade de produtos disponíveis no comércio eletrônico direto tende a ser maior do que em lojas físicas, proporcionando aos consumidores uma gama mais ampla de opções para escolher.

Para os vendedores, o comércio eletrônico direto também traz benefícios significativos. De acordo com Laudon e Traver<sup>28</sup>, uma das vantagens é a redução dos custos operacionais, uma vez que não é necessário manter uma estrutura física de loja, o que inclui aluguel, despesas com funcionários, entre outros. Além disso, o comércio eletrônico direto permite que os vendedores alcancem um público muito mais amplo do que em uma loja física, pois não estão limitados pela localização geográfica.

Outras vantagens do comércio eletrônico direto incluem a acessibilidade, que amplia a disponibilidade de produtos ou serviços para um público mais vasto, sem limitações geográficas. Destaca-se a melhoria da eficiência, visto que essa modalidade possibilita a otimização dos processos de compra e venda, agilizando o atendimento

---

<sup>25</sup> COUTO, ref. 15.

<sup>26</sup> PEREIRA, A. D. *Comércio electrónico na sociedade da informação: da segurança técnica à confiança jurídica*. Coimbra: Almedina, 1999. ISBN 9724012476.

<sup>27</sup> TURBAN, E., et al. *Electronic commerce: a managerial and social networks perspective*. 9.ª ed. Cham: Springer, 2018. ISBN 9783319587141.

<sup>28</sup> LAUDON e TRAVER, ref. 18.

aos clientes. Esses benefícios são cruciais para compreender o crescente apelo e a projeção de expansão do comércio eletrônico direto.

Essa modalidade tem-se destacado como uma estratégia de negócio em ascensão, especialmente diante do contínuo avanço tecnológico e da crescente penetração da *Internet*. O comércio eletrônico indireto, também referido como *e-commerce* indireto, engloba transações comerciais em que a compra e a venda de produtos ou serviços envolvem a intervenção de intermediários ou terceiros no processo de entrega ou na conclusão da transação.

Segundo Bariatti<sup>29</sup> (2002), o contrato estabelecido via telemática é executado de maneira tradicional. Nessa perspectiva, Couto<sup>30</sup> observa que, embora o contrato seja negociado e concluído *on-line*, ele “é seguido de uma fase *off-line*, com entrega física do bem encomendado eletronicamente, pelos meios comuns [...] por correio postal ou expresso”. Isso evidencia a dependência de fatores logísticos externos à rede.

Ao contrário do comércio eletrônico direto, onde a negociação, execução e entrega ocorrem diretamente entre vendedor e comprador, no comércio eletrônico indireto, há intervenção ou mediação de terceiros, os quais podem incluir *marketplaces*, distribuidores, revendedores ou outros intermediários. Essas plataformas ou empresas facilitam a transação entre vendedor e comprador, fornecendo infraestrutura para listar produtos, processar pagamentos, gerenciar estoques e, em muitos casos, cuidar da entrega dos produtos.

Exemplos comuns de comércio eletrônico indireto incluem a venda de produtos em grandes *marketplaces* como *Amazon*, *eBay* e *Alibaba*, onde vendedores terceirizados oferecem seus produtos para um público mais amplo, com o *marketplace* facilitando o processo de compra e venda.

Nos últimos anos, o contrato eletrônico tem se estabelecido como uma das principais formas de transação comercial, proporcionando uma série de vantagens tanto para vendedores quanto para consumidores. Nesse contexto, o comércio eletrônico indireto vem ganhando destaque como uma modalidade que oferece inúmeras oportunidades e benefícios para ambos os agentes envolvidos.

Para os vendedores, o comércio eletrônico indireto oferece a possibilidade de ampliar seu alcance de mercado, atingindo um público mais diversificado por meio de *marketplaces* e outros canais indiretos. Além disso, a terceirização de funções como *marketing*, logística e atendimento ao cliente resulta em uma redução significativa dos

---

<sup>29</sup> BARIATTI, S. La compétence internationale et le droit applicable au contentieux du commerce électronique (jurisdiction and applicable law in e-commerce litigation). *Rivista di Diritto Internazionale Privato e Processuale*. 2002, vol. 38, n.º 1, pp. 19-32. ISSN 00356174.

<sup>30</sup> COUTO, ref. 15, p. 19.

custos operacionais, permitindo que os vendedores foquem seus esforços no desenvolvimento de seu negócio principal.

Já para os consumidores, o comércio eletrônico indireto proporciona maior conveniência, possibilitando acesso a uma gama mais ampla de produtos e serviços através de *marketplaces* e outros canais indiretos. Além disso, a competição entre os vendedores presentes nesses canais frequentemente resulta em preços mais competitivos, oferecendo aos consumidores a oportunidade de encontrar produtos a preços mais acessíveis. Adicionalmente, a presença de políticas de proteção ao consumidor, como garantias de reembolso oferecidas por *marketplaces* e outros canais indiretos, aumenta a confiança e a segurança dos consumidores durante o processo de compra.

Diante do exposto, fica evidente que o comércio eletrônico indireto representa uma modalidade em crescimento que traz uma série de benefícios tanto para vendedores quanto para consumidores. Com a evolução contínua da tecnologia e da *Internet*, é esperado que essa modalidade se torne cada vez mais proeminente, transformando a dinâmica dos negócios *on-line* e abrindo novas oportunidades de crescimento e expansão para todos os envolvidos no processo de compra e venda *on-line*.

Em suma, a contextualização do contrato eletrônico revela seu impacto significativo na economia global, oferecendo vantagens tanto para vendedores quanto para consumidores. No entanto, esse cenário de expansão traz consigo desafios, especialmente no que diz respeito à vulnerabilidade do consumidor nas transações *on-line*. O próximo tópico abordará essa vulnerabilidade, explorando os riscos e desafios enfrentados pelos consumidores ao realizar compras e transações na *Internet*. Será analisado o contexto em que essas vulnerabilidades surgem e discutidas possíveis soluções para mitigar esses riscos, garantindo assim relações comerciais mais justas e transparentes no ambiente digital.

### **2.1.1 Vulnerabilidade do consumidor nas transações *on-line***

A figura do consumidor é frequentemente caracterizada como a parte mais vulnerável nas relações de consumo. Conforme observa Carvalho<sup>31</sup>, o conceito de consumidor no direito desempenha um papel crucial na definição do escopo de diversos regimes jurídicos. Essa definição varia conforme o contexto legal e pode ter implicações significativas na proteção dos direitos e interesses dos consumidores, refletindo, muitas vezes, decisões e prioridades políticas subjacentes.

Carvalho<sup>32</sup> destaca que:

---

<sup>31</sup> CARVALHO, J. M. *Manual de direito do consumo*. 8.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Almedina, 2022. ISBN 9789894009535.

<sup>32</sup> *Ibidem*, pp. 39-40.

[...] integram a esfera do direito do consumo muitas normas que não têm o consumidor como referência para a delimitação do seu âmbito de aplicação. As noções de aderente (nas cláusulas contratuais gerais) ou de utente (nos serviços públicos essenciais) não se confundem com a de consumidor.

Essas normas abordam uma proteção semelhante, mas não se limitam apenas ao consumidor. Assim, o autor analisa os diferentes conceitos de consumidor presentes na legislação, tanto no âmbito europeu quanto no nacional, destacando o escopo de cada um. Além disso, realiza uma análise dos elementos que compõem o conceito de consumidor e discute questões relacionadas à alegação e prova da qualificação como consumidor. Essa análise do conceito de consumidor permite uma compreensão mais abrangente da posição do consumidor no contexto das relações de consumo, bem como dos desafios enfrentados na aplicação efetiva dos direitos do consumidor.

Na legislação portuguesa, a definição central de consumidor está expressa no artigo 2.º-1, da Lei n.º 24/96, de 31 de julho<sup>33</sup>, conhecida como Lei de Defesa do Consumidor (LDC). De acordo com essa normativa, um consumidor é considerado qualquer pessoa que adquira bens, utilize serviços ou receba direitos, desde que esses elementos sejam destinados a um uso não profissional. Essa condição é estabelecida no contexto de uma transação comercial com uma pessoa que exerça atividade econômica com intuito de lucro<sup>34</sup>.

Essa definição legal sublinha a importância de distinguir entre transações comerciais voltadas para o consumidor final e aquelas direcionadas a propósitos profissionais ou comerciais. No contexto específico do direito do consumidor em Portugal, o legislador busca assegurar a proteção dos indivíduos que adquirem produtos ou serviços para uso pessoal, não profissional.

Ao determinar que o consumidor é alguém que utiliza bens, serviços ou direitos para fins não profissionais, a lei visa estabelecer um critério claro para a aplicação das normas de proteção ao consumidor. Assim, busca-se criar um ambiente jurídico equilibrado, garantindo que os consumidores sejam protegidos por medidas específicas quando se trata de transações que envolvem seus interesses pessoais e não profissionais.

Essa definição não apenas caracteriza o consumidor, mas também influencia a aplicabilidade das normas de defesa do consumidor em diferentes situações. A distinção clara entre uso profissional e não profissional é essencial para evitar ambiguidades e garantir uma abordagem justa e eficaz na resolução de questões relacionadas aos direitos dos consumidores.

---

<sup>33</sup> Lei n.º 24/96. *Diário da República*, 1ª Série-A [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 31-07-1996, n.º 176, pp. 2184-2189 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/24-1996-406882>.

<sup>34</sup> CARVALHO, ref. 31.

A compreensão do escopo subjetivo de aplicação de legislações específicas relacionadas aos consumidores é crucial, dada a ausência de um conceito uniforme, tanto em nível nacional quanto internacional. Apesar disso, as diretivas da UE definem consumidor, de modo a limitar uma definição mais divergente por parte dos Estados-membros. Isso ocorre porque essas diferenças podem afetar diretamente a extensão das proteções legais disponíveis para os consumidores.

Num contexto globalizado, onde há constante fluxo de informações e diversidade de produtos e serviços, a proteção do consumidor surge como uma preocupação crucial para equilibrar as transações comerciais. As relações de consumo são fundamentais na sociedade contemporânea, onde consumidores e fornecedores interagem num intrincado jogo de oferta e demanda. Nesse prisma, Sousa<sup>35</sup> destaca que:

[...] a necessidade de tutela da posição jurídica do consumidor surge devido à circunstância de este assumir a posição de contraente mais débil numa relação contratual desequilibrada estando, como tal, constantemente sujeito a abusos, riscos e outros perigos pela contraparte, em particular, e pela “sociedade de consumo”, em geral.

Essa realidade muitas vezes coloca o consumidor em desvantagem, marcada pela sua relativa falta de conhecimento, poder e recursos em comparação com os fornecedores. Portanto, é essencial explorar as nuances dessa vulnerabilidade, examinando seus elementos constituintes e as implicações para as políticas de proteção do consumidor.

Em relação a essa vulnerabilidade, Marques<sup>36</sup> argumenta sobre a existência de três tipos: a técnica, a jurídica e a fática. A autora observa que, embora não haja um conceito específico de “vulnerabilidade técnica do consumidor” no direito luso-brasileiro, é possível analisar os princípios gerais do Direito do Consumidor e suas disposições específicas em ambos os sistemas jurídicos para entender como questões atinentes à vulnerabilidade técnica são tratadas. Nesse sentido, a conexão entre direito do consumo e vulnerabilidade é particularmente significativa no Brasil<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> SOUSA, A. J. N. T. O direito de arrependimento nos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2015, p. 5 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível no Repositório UNL: <https://run.unl.pt/handle/10362/15186>.

<sup>36</sup> MARQUES, C. L. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4.ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 270. ISBN 8520322506.

<sup>37</sup> Para Carvalho (2022, pp. 147-148): “O art. 4.º do Código de Defesa do Consumidor inclui o princípio da vulnerabilidade entre os princípios fundamentais de direito do consumo. A consagração geral da vulnerabilidade enquanto característica do consumidor torna depois necessária uma distinção entre consumidores, que é feita, no Brasil e noutros países da América Latina, de forma crescente, com recurso ao conceito de hipervulnerabilidade. O consumidor hipervulnerável é, neste contexto, aquele que necessita de especial proteção, sendo normalmente identificado por referência a uma categoria (criança, deficiente, idoso etc.). A pandemia trouxe o conceito de vulnerabilidade para o centro do direito do consumo também na União Europeia em alguns Estados-Membros. A Nova Agenda do Consumidor, apresentada em novembro de 2020 pela Comissão Europeia, reflete esta tendência. Entre os cinco domínios prioritários aí identificados, consta o das ‘necessidades específicas de determinados grupos de consumidores’, com particular destaque para os consumidores vulneráveis’. Pretende-se proteger, em especial, os consumidores financeiramente vulneráveis, em risco de sobre-endividamento, os consumidores com baixos rendimentos, os idosos e as pessoas com deficiência (especialmente aqueles que não têm acesso à *Internet*), as crianças e os menores e os consumidores em risco de discriminação através de algoritmos de inteligência artificial

O CDC<sup>38</sup> (Lei n.º 8.078/1990) estabelece diversos princípios e regras para proteger os direitos dos consumidores, reconhecendo a vulnerabilidade do consumidor como um princípio fundamental. A normativa busca equilibrar as relações de consumo, garantindo a proteção da parte mais frágil na transação.

Em Portugal, o regime jurídico de defesa do consumidor, delineado na LDC (Lei n.º 24/96)<sup>39</sup>, estabelece normas para proteger os consumidores em várias dimensões das relações comerciais. Embora o termo “vulnerabilidade técnica” não seja comumente utilizado, os princípios gerais de proteção ao consumidor nos dois sistemas jurídicos podem ser aplicados a situações em que a falta de conhecimento técnico do consumidor o coloque em desvantagem. Em ambas as legislações (brasileira e portuguesa), são comuns disposições relacionadas à informação clara e adequada sobre produtos e serviços, bem como regras que estabelecem a responsabilidade dos fornecedores em caso de produtos defeituosos.

Marques<sup>40</sup> analisa a vulnerabilidade técnica do consumidor, destacando a falta de conhecimento específico do comprador sobre o produto ou serviço que está adquirindo. Essa falta de conhecimento pode tornar o consumidor mais propenso a ser enganado quanto às características do bem ou à sua utilidade. No sistema do CDC<sup>41</sup>, essa vulnerabilidade técnica é presumida para consumidores não profissionais, mas também pode afetar excepcionalmente consumidores profissionais, que são destinatários finais dos produtos.

Marques<sup>42</sup> cita um exemplo da jurisprudência francesa, onde agricultores organizados em cooperativas são considerados vulneráveis em relação a máquinas

---

mais permeáveis a enviesamento. Em Espanha, foi aprovada a *Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica*. Introduce-se no art. 3.º-2 da *Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios* a definição de consumidor vulnerável, que inclui ‘as pessoas singulares que, individual ou coletivamente, devido às suas características, necessidades ou circunstâncias pessoais, económicas, educacionais ou sociais, se encontram numa situação especial de subordinação, indefensabilidade ou falta de proteção que as impede de exercer os seus direitos como consumidores em condições de igualdade’. Além dos direitos básicos dos consumidores, elencados no art. 8.º-1, o n.º 2 do mesmo preceito contém uma norma essencialmente programática, que impõe que os direitos dos consumidores vulneráveis sejam objeto de uma atenção especial, por via de legislação e regulamentação setorial específica aplicada a cada caso. Em Portugal, o Programa do XXIII Governo Constitucional, aprovado no Parlamento no dia 8 de abril de 2022, prevê igualmente a definição do Estatuto do Consumidor Vulnerável, fixando-se um conjunto de critérios e direitos correspondentes à condição de consumidor vulnerável. Será um instrumento legislativo de caráter transversal. No direito europeu, o conceito de consumidor vulnerável surge, neste momento, apenas na Diretiva 2005/29/CE, que reforça a proteção destes consumidores em comparação com os consumidores em geral no que respeita a práticas comerciais desleais (v. infra 2.1.7.1). As dificuldades de aplicação da norma em causa podem explicar a escassa utilização e a diminuta relevância prática do critério do consumidor vulnerável no contexto do regime. De resto, no *Study for the Fitness Check of EU consumer and marketing law*, divulgado pela Comissão Europeia em 2017, concluiu-se que, de um modo geral, os tribunais nacionais e as entidades reguladoras e fiscalizadoras aplicam pouco o art. 5º-3 da Diretiva. De acordo com este estudo, enquanto o consumidor médio foi concebido e é claramente visto como a referência normal do consumidor, o consumidor vulnerável é encarado como exceção e interpretado de forma estrita. Verificou-se ainda que existem poucas indicações de que novas categorias de consumidores vulneráveis não listadas na Diretiva e nos diplomas de transposição tenham sido reconhecidos nos Estados-Membros”.

<sup>38</sup> NEGRÃO, ref. 6.

<sup>39</sup> Lei n.º 24/96, ref. 33.

<sup>40</sup> MARQUES, ref. 36.

<sup>41</sup> NEGRÃO, *op. cit.*

<sup>42</sup> MARQUES, *op. cit.*, pp. 270-271.

agrícolas de nova geração. O Superior Tribunal de Justiça (STJ) conclui que, em relação a esses casos específicos, a relação entre o vendedor e o comprador é de consumo, e tanto o fabricante quanto o revendedor são responsáveis pelos vícios de qualidade do produto.

No entanto, Marques<sup>43</sup> ressalta que isso é uma exceção, e não a regra. A Segunda Seção do STJ, em consonância com a doutrina finalista e com o conceito de profissionalidade, concluiu que em certas situações envolvendo pessoa jurídica, mesmo que seja profissional no fornecimento de serviços, a compra de equipamentos sofisticados no exterior não constitui uma relação de consumo. Isso demonstra que a definição de consumidor e a aplicabilidade das normas de consumo podem variar dependendo do contexto e das circunstâncias específicas de cada transação.

A vulnerabilidade técnica do consumidor decorre, em essência, da disparidade de conhecimento entre ele e o fornecedor sobre os produtos e serviços disponibilizados. Tal disparidade pode dificultar a avaliação da qualidade dos produtos e serviços adquiridos, além de aumentar a suscetibilidade do consumidor a fraudes e defeitos.

Essa vulnerabilidade se manifesta em diversos contextos, desde a compra de produtos eletrônicos até a contratação de serviços especializados, onde o consumidor muitas vezes não possui o conhecimento técnico necessário para compreender completamente as especificidades dos produtos ou serviços adquiridos. Isso pode resultar da complexidade tecnológica dos produtos, da falta de transparência por parte do fornecedor ou da falta de familiaridade do consumidor com determinadas áreas técnicas.

Essa disparidade de conhecimento pode criar uma assimetria de informações entre o consumidor e o fornecedor, colocando o primeiro em uma posição de desvantagem. Sem o entendimento adequado sobre as características técnicas dos produtos e serviços, o consumidor pode ter dificuldades em avaliar a sua qualidade real e fazer escolhas informadas. Como resultado, torna-se mais suscetível a adquirir produtos de baixa qualidade ou a contratar serviços que não atendam às suas expectativas.

Além disso, a vulnerabilidade técnica do consumidor também pode abrir espaço para práticas fraudulentas por parte de fornecedores inescrupulosos. A falta de entendimento técnico por parte do consumidor pode facilitar a manipulação de informações, a ocultação de defeitos e a oferta de produtos e serviços inadequados ou desnecessários. Isso pode resultar em prejuízos financeiros e emocionais para o consumidor, além de impactar negativamente a sua confiança nas relações de consumo.

---

<sup>43</sup> MARQUES, ref. 36.

Diante desse cenário, torna-se imperativo buscar estratégias para mitigar a vulnerabilidade técnica do consumidor e promover relações de consumo mais equilibradas e transparentes. Isso pode envolver iniciativas como educação do consumidor, fornecimento de informações claras e acessíveis sobre produtos e serviços, regulação adequada do mercado e incentivo à transparência por parte dos fornecedores.

A vulnerabilidade técnica do consumidor constitui um desafio significativo nas interações comerciais contemporâneas. A disparidade de conhecimento entre o consumidor e o fornecedor pode prejudicar a capacidade do primeiro de avaliar a qualidade dos produtos e serviços adquiridos, tornando-o mais propenso a fraudes e defeitos<sup>44</sup>. Para enfrentar esse desafio, é essencial promover a educação do consumidor, garantir transparência no mercado e implementar regulamentações que protejam seus direitos e interesses. Somente assim será possível estabelecer relações de consumo mais justas e equitativas, permitindo que o consumidor faça escolhas informadas e confie em seus direitos.

Por outro lado, a vulnerabilidade jurídica do consumidor refere-se à posição de fragilidade ou desvantagem que os consumidores frequentemente enfrentam nas relações comerciais<sup>45</sup>. Reconhece-se que os consumidores geralmente estão em desigualdade de condições em comparação com os fornecedores de bens e serviços, um conceito fundamental no campo do Direito do Consumidor, ligado à necessidade de proteção legal para equilibrar essa relação desigual.

Elementos essenciais que contribuem para a compreensão da vulnerabilidade jurídica do consumidor incluem a assimetria de informação, onde os consumidores muitas vezes não possuem o mesmo nível de conhecimento que os fornecedores, tornando-os vulneráveis a práticas comerciais enganosas ou desonestas. Assim, a falta de conhecimento pode prejudicar a sua capacidade de fazer escolhas informadas<sup>46</sup>.

A desigualdade de poder econômico também é um fator formador dessa vulnerabilidade, pois os fornecedores, especialmente grandes empresas, geralmente têm mais recursos econômicos e legais do que os consumidores individuais<sup>47</sup>. Essa disparidade de poder pode resultar em práticas abusivas por parte dos fornecedores.

Além disso, a complexidade contratual presente nos contratos de consumo, frequentemente repletos de termos complexos e cláusulas legais de difícil compreensão para o consumidor médio, é outro elemento intrínseco à vulnerabilidade jurídica. Isso pode levar a interpretações equivocadas ou à aceitação inadvertida de condições

---

<sup>44</sup> MARQUES, ref. 36.

<sup>45</sup> *Ibidem*.

<sup>46</sup> *Ibidem*.

<sup>47</sup> *Ibidem*.

prejudiciais. A necessidade de proteção legal reconhece essa disparidade de poder, refletida nas legislações de defesa do consumidor, estabelecendo direitos mínimos e padrões de proteção para equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores<sup>48</sup>.

Ademais, em setores específicos, como serviços financeiros, saúde e tecnologia, os consumidores podem enfrentar riscos adicionais devido à complexidade dos produtos ou à assimetria de informações específicas do setor. O reconhecimento da vulnerabilidade jurídica do consumidor é essencial para garantir relações de consumo justas e equitativas.

Para isso, é necessário um sólido arcabouço jurídico que proteja os consumidores contra práticas abusivas, promova a transparência e permita o pleno exercício de seus direitos, contribuindo para um ambiente de consumo confiável e responsável. Essa fragilidade, prevista no CDC brasileiro<sup>49</sup>, é presumida para consumidores não profissionais e indivíduos comuns.

No entanto, em relação a profissionais e entidades jurídicas, a presunção é inversa. Espera-se que possuam conhecimentos jurídicos e econômicos básicos para o exercício de suas atividades profissionais ou que consultem advogados e especialistas antes de assumirem obrigações<sup>50</sup>. Além disso, outra faceta da fragilidade do consumidor é a vulnerabilidade fática, que decorre da falta de informações completas e claras sobre produtos e serviços disponíveis no mercado.

Essa vulnerabilidade é exacerbada pela assimetria de informações, na qual os consumidores frequentemente têm conhecimento limitado em comparação aos fornecedores. A vulnerabilidade fática do consumidor é intrínseca à sua posição de inferioridade em relação ao fornecedor, em termos econômicos, culturais e técnicos, conforme estabelecido pelo CDC<sup>51</sup> em seu artigo 4º, inciso I, que define o consumidor como a parte vulnerável da relação de consumo.

Essa vulnerabilidade é um dos pilares para a aplicação efetiva do CDC<sup>52</sup>, o que justifica a implementação de medidas de proteção ao consumidor de natureza civil, administrativa ou criminal. O objetivo é garantir que o consumidor seja tratado de maneira justa e equitativa na relação de consumo. Exemplos de medidas de proteção ao consumidor que visam mitigar a vulnerabilidade fática incluem as garantias legais de produtos e serviços previstas no CDC<sup>53</sup>.

Essas garantias estabelecem direitos como a garantia de adequação ao fim a que se destinam, a garantia de qualidade e a garantia de quantidade, protegendo o

---

<sup>48</sup> MARQUES, ref. 36.

<sup>49</sup> NEGRÃO, ref. 6.

<sup>50</sup> MARQUES, *op. cit.*

<sup>51</sup> NEGRÃO, *op. cit.*

<sup>52</sup> *Ibidem.*

<sup>53</sup> *Ibidem.*

consumidor de produtos e serviços defeituosos ou inadequados, e garantindo o direito à informação<sup>54</sup>.

A vulnerabilidade fática do consumidor é uma questão de extrema relevância que requer a atenção de todos os agentes envolvidos na relação de consumo. Os fornecedores têm a responsabilidade de adotar medidas que ajudem a mitigar essa vulnerabilidade, enquanto os órgãos de defesa do consumidor devem garantir que os direitos do consumidor sejam protegidos e respeitados.

Um exemplo concreto que ilustra a manifestação da vulnerabilidade fática do consumidor é quando um consumidor de baixa renda se mostra mais suscetível a práticas abusivas de preços, encontrando-se em situação de desvantagem diante de preços elevados em relação ao mercado.

Consumidores que carecem de acesso à informação são mais propensos a serem influenciados por publicidade enganosa ou abusiva, o que pode levá-los a adquirir produtos ou serviços inadequados às suas necessidades. Além disso, estão mais expostos a fraudes e defeitos, pois podem não ter capacidade de identificar problemas nos produtos ou serviços adquiridos.

É crucial que os consumidores estejam cientes de sua vulnerabilidade fática para que possam adotar medidas de proteção adequadas. Entre essas medidas, incluem-se a realização de pesquisas antes de efetuar uma compra, a comparação de preços entre diferentes fornecedores, a leitura minuciosa das informações sobre produtos e serviços, a cautela diante de ofertas tentadoras e a exigência de informações claras e precisas dos fornecedores<sup>55,56,57</sup>.

Além disso, os consumidores devem estar dispostos a denunciar práticas abusivas ou enganosas aos órgãos de defesa do consumidor. Além da vulnerabilidade fática, existem outras ramificações a serem consideradas, como a vulnerabilidade econômica, na qual o consumidor geralmente possui menos poder econômico em comparação com o fornecedor. Isso implica menor capacidade financeira para adquirir produtos e serviços e maior exposição a práticas abusivas de preços<sup>58,59,60</sup>.

Em uma análise de cunho social, também é relevante considerar a vulnerabilidade cultural, na qual o consumidor pode ter acesso limitado à informação e à educação em comparação com o fornecedor. Isso resulta em dificuldades na compreensão das

---

<sup>54</sup> MARQUES, ref. 36.

<sup>55</sup> *Ibidem*.

<sup>56</sup> TARTUCE, F. e NEVES, D. A. A. *Manual de direito do consumidor: direito material e processual*. 13.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Método, 2024. ISBN 9786559649983.

<sup>57</sup> NEGRÃO, R. *Código de defesa do consumidor e legislação consumerista*. 11.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

<sup>58</sup> MARQUES, *op. cit.*

<sup>59</sup> TARTUCE e NEVES, *op. cit.*

<sup>60</sup> NEGRÃO, *op. cit.*

características dos produtos e serviços, tornando-os mais suscetíveis à publicidade enganosa ou abusiva.

Finkelstein e Sacco Neto<sup>61</sup> (2010) destacam que essa vulnerabilidade decorre do reconhecimento de que o consumidor é o elo mais frágil da relação, enquanto o fornecedor detém uma posição de supremacia. A vulnerabilidade do consumidor nas transações *on-line* é um tema de extrema relevância no campo do direito do consumidor, influenciando diretamente a eficácia das políticas de proteção e regulamentação do contrato eletrônico.

Como notado por Carvalho<sup>62</sup>, a definição do consumidor exerce um papel crucial na delimitação do escopo das normas jurídicas que regem as relações de consumo, refletindo diferentes prioridades políticas e sociais. Assim, a análise dos conceitos de consumidor presentes na legislação portuguesa revela a complexidade e a importância dessa definição, especialmente no contexto das transações comerciais *on-line*.

A definição legal de consumidor busca proteger os interesses daqueles que adquirem bens e serviços para uso não profissional, estabelecendo critérios claros para a aplicação das normas de proteção do consumidor. Nesse contexto, é essencial reconhecer e abordar as diversas formas de vulnerabilidade do consumidor, sejam elas técnicas, jurídicas ou fáticas.

A vulnerabilidade técnica decorre da disparidade de conhecimento entre o consumidor e o fornecedor, tornando-o mais propenso a fraudes e defeitos. Já a vulnerabilidade jurídica refere-se à posição de fragilidade do consumidor nas relações comerciais, devido à assimetria de informações e ao poder econômico desigual entre as partes. Por fim, a vulnerabilidade fática resulta da falta de acesso à informação e à educação, tornando o consumidor mais suscetível a práticas abusivas e enganosas.

Diante desses desafios, é fundamental promover a educação do consumidor, garantir a transparência no mercado e implementar regulamentações que protejam efetivamente os direitos e interesses dos consumidores. Somente assim será possível estabelecer relações de consumo mais justas, equitativas e seguras, capazes de promover a confiança e a sustentabilidade do contrato eletrônico.

Em 2023, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios (TJDFT)<sup>63</sup> comentou sobre a aplicação da teoria finalista mitigada no contexto do direito do consumidor, afirmando que ela se contrapõe à interpretação mais restritiva da teoria

---

<sup>61</sup> FINKELSTEIN, M. E. R. e SACCO NETO, F. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. ISBN 9788535223958.

<sup>62</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>63</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. *Consumidor segundo a teoria finalista mitigada* [em linha]. Brasília: TJDFT, 2024 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/definicao-de-consumidor-e-fornecedor/mitigacao-da-teoria-finalista-para-o-finalismo-aprofundado>.

finalista. Enquanto a teoria finalista tradicional considera consumidor apenas aquele que adquire um produto ou serviço como destinatário final, a teoria finalista mitigada amplia tal conceito para abranger também aqueles que, mesmo não sendo destinatários finais, estão em uma posição de vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica em relação ao fornecedor<sup>64</sup> (TJDFT, 2024).

A jurisprudência brasileira tem adotado essa abordagem, especialmente nos casos em que uma pessoa física ou jurídica, mesmo não sendo o destinatário final do produto ou serviço, apresenta-se em uma condição de vulnerabilidade diante do fornecedor. Isso tem sido reconhecido em diversos acórdãos<sup>65,66,67,68,69,70,71,72,73</sup>, nos quais se destaca a importância de se comprovar essa vulnerabilidade para que o CDC<sup>74</sup> possa ser aplicado.

No entanto, há casos em que essa vulnerabilidade não é reconhecida, como quando uma pessoa jurídica obtém empréstimos bancários para incrementar a sua atividade comercial. Nessas situações, a aplicação da teoria finalista não permite enquadrar a parte como consumidora, pois os serviços adquiridos destinam-se ao desenvolvimento da atividade econômica da empresa.

---

<sup>64</sup> BRASIL, ref. 63.

<sup>65</sup> TJDFT - Acórdão n.º 1671368, 07195439820228070003, Relatora: Silvana da Silva Chaves, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 06-03-2023, publicado no DJe 14-03-2023. Ver: Acórdão n.º 1671368. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023a [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://encr.pw/kYdZt>.

<sup>66</sup> TJDFT - Acórdão n.º 1673655, 07001019520228070020, Relator: Robson Teixeira de Freitas, Oitava Turma Cível, julgado em 07-03-2023, publicado no DJe: 20-03-2023. Ver: Acórdão n.º 1673655. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023b [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://l1nq.com/zyeui>.

<sup>67</sup> TJDFT - Acórdão n.º 1681890, 07270429420228070016, Relator: Aiston Henrique de Sousa, Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 24-03-2023, publicado no DJe 11-04-2023. Ver: Acórdão n.º 1681890. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023c [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://encr.pw/3A2ZB>.

<sup>68</sup> TJDFT - Acórdão n.º 1676532, 07076016620228070004, Relator: Arnaldo Corrêa Silva, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 22-03-2023, publicado no PJe 24-03-2023. Ver: Acórdão n.º 1676532. *Processo Judicial Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023d [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://l1nq.com/0oVN4>.

<sup>69</sup> TJDFT - Acórdão n.º 1663014, 07377153120218070001, Relator: João Luís Fischer Dias, Quinta Turma Cível, julgado em 15-02-2023, publicado no DJe 27-02-2023. Ver: Acórdão n.º 1663014. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023e [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://acesse.dev/8vFVm>.

<sup>70</sup> TJDFT - Acórdão n.º 1668920, 07340870320228070000, Relator: Roberto de Freitas Filho, Terceira Turma Cível, julgado em 23-02-2023, publicado no PJe 14-03-2023. Ver: Acórdão n.º 1668920. *Processo Judicial Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023f [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://acesse.dev/EjxbS>.

<sup>71</sup> TJDFT - Acórdão n.º 1670590, 07351255020228070000, Relatora: Sandra Reves, Segunda Turma Cível, julgado em 01-03-2023, publicado no DJe 04-04-2023. Ver: Acórdão n.º 1670590. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023g [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://acesse.dev/gDsmz>.

<sup>72</sup> STJ - REsp 2020811/SP, 2022/0091024-9, Relatora: Ministra Nancy Andrighi, julgado em 29-11-2022, publicado no DJe 01-12-2022. Ver: Recurso Especial n.º 2.020.811/SP. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Superior Tribunal de Justiça, 2022 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://abrir.link/auNcp>.

<sup>73</sup> STJ - AgInt no AREsp 1454583/PE, 2019/0049442-9, Relator: Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 27-08-2019, publicado no DJe 02-09-2019. Ver: Agravo Interno no Agravo em Recurso Especial n.º 1.454.583/PE. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Superior Tribunal de Justiça, 2019 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://abrir.link/DGOBR>.

<sup>74</sup> NEGRÃO, ref. 6.

Em suma, a discussão em torno da teoria finalista mitigada destaca a necessidade de se analisar cada caso individualmente, levando em consideração a vulnerabilidade da parte frente ao fornecedor, para determinar se o CDC<sup>75</sup> deve ser aplicado ou não.

No próximo tópico, será abordada a importância do direito do consumidor e o enquadramento legal no contexto do contrato eletrônico, destacando as principais normas e regulamentações que visam proteger os consumidores e garantir a integridade das transações *on-line*.

### **2.1.2 Importância do direito do consumidor e do enquadramento legal**

No contexto dinâmico do contrato eletrônico, o papel do direito do consumidor e o enquadramento legal desempenham um papel fundamental na garantia da proteção dos consumidores e na promoção de relações comerciais justas e transparentes. À medida que o contrato eletrônico continua a expandir-se rapidamente, torna-se cada vez mais importante compreender como as leis e regulamentações são aplicadas para salvaguardar os direitos e interesses dos consumidores nesse ambiente digital em constante evolução.

Este tópico tem como objetivo explorar a importância do direito do consumidor e o enquadramento legal específico no contexto do contrato eletrônico. Serão discutidas as problemáticas, as principais normas e regulamentações que regem as transações *on-line*, bem como os desafios e as perspectivas futuras para a proteção dos consumidores nesse cenário digital. Ao compreender a importância do direito do consumidor e o arcabouço legal no contrato eletrônico, pode-se promover um ambiente de consumo mais seguro, justo e confiável para todos os envolvidos.

As transações *on-line* são regidas por uma série de normas e regulamentações que visam proteger os direitos dos consumidores e garantir a integridade das operações comerciais realizadas na *Internet*. Como já apontado, entre as principais normas e regulamentações, destacam-se a Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>76</sup>, sobre os direitos dos consumidores, e o DL n.º 24/2014<sup>77</sup> em Portugal, bem como o CDC<sup>78</sup> no Brasil.

---

<sup>75</sup> NEGRÃO, ref. 6.

<sup>76</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores, que altera a Diretiva n.º 93/13/CEE do Conselho e a Diretiva n.º 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e que revoga a Diretiva n.º 85/577/CEE do Conselho e a Diretiva n.º 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho (Texto relevante para efeitos do Espaço Económico Europeu – EEE). Ver: Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>77</sup> O DL n.º 24/2014 transpõe para o ordenamento jurídico interno a Diretiva n.º 2011/83/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores, procedendo à alteração do Código dos Contratos Públicos, do CC, do CPC, do DL n.º 70/2007, de 26 de março, do DL n.º 259/98, de 18 de agosto, e do DL n.º 371/2007, de 6 de novembro. Ver: DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>78</sup> NEGRÃO, ref. 6.

A Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>79</sup>, também conhecida como Diretiva dos Direitos dos Consumidores da União Europeia, estabelece um conjunto de normas para proteger os consumidores em transações comerciais com contratos celebrados à distância (em que se incluem os contratos eletrônicos ou celebrados *on-line*), contratos celebrados fora do estabelecimento comercial e contratos de consumo em geral.

Essas normas abrangem áreas como direito à informação pré-contratual, direito de rescisão, responsabilidade do fornecedor, e resolução de conflitos. A diretiva visa garantir que os consumidores tenham acesso a informações claras e transparentes sobre os produtos e serviços oferecidos, além de garantir que tenham o direito de cancelar contratos celebrados à distância dentro de um determinado prazo.

No contexto português, o DL n.º 24/2014<sup>80</sup>, que transpõe para o ordenamento jurídico nacional a Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>81</sup>, estabelece as regras específicas para as transações comerciais realizadas à distância e fora do estabelecimento comercial. Esse DL regula questões como direito de arrependimento do consumidor ou, como refere tal dispositivo, direito de livre resolução (artigos 10.º a 17.º), informações pré-contratuais obrigatórias (artigos 4.º e 4.º-A), requisitos para celebração dos contratos (artigo 6.º), confirmação obrigatória do conteúdo desses contratos (artigo 6.º e 21.º), restrições nos sites na *Internet* (artigo 7.º), entre outras.

No Brasil, o CDC<sup>82</sup>, instituído pela Lei n.º 8.078/1990, é a principal legislação que regula as relações de consumo no país. Estabelece uma série de direitos e garantias para os consumidores, tanto no ambiente físico quanto no ambiente digital. Entre esses direitos, destacam-se o direito à informação clara e precisa sobre produtos e serviços, o direito de arrependimento em compras *on-line*, e a responsabilidade do fornecedor por produtos defeituosos ou danos causados aos consumidores.

Como já apontado, apesar da existência dessas normas e regulamentações, o cenário do contrato eletrônico apresenta uma série de desafios para a proteção dos consumidores. Entre os principais desafios, destacam-se a segurança das transações *on-line*, a privacidade dos dados dos consumidores, e a eficácia dos mecanismos de resolução de conflitos. Com o aumento das transações realizadas na *Internet*, torna-se cada vez mais importante garantir a integridade e a confiabilidade das operações comerciais *on-line*, protegendo assim os direitos e interesses dos consumidores.

No entanto, apesar dos desafios, também existem perspectivas futuras promissoras para a proteção dos consumidores no cenário digital. O avanço da tecnologia, por exemplo, pode proporcionar soluções inovadoras para garantir a

---

<sup>79</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>80</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>81</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>82</sup> Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Ver: NEGRÃO, ref. 6.

segurança e a privacidade das transações *on-line*, como a utilização de criptografia<sup>83</sup> e *blockchain*<sup>84</sup> que podem desempenhar papéis cruciais na proteção e na transparência das transações.

A criptografia, técnica que consiste em codificar informações de modo a torná-las ininteligíveis para qualquer pessoa não autorizada, desempenha múltiplos papéis no contrato eletrônico. Em primeiro lugar, ela assegura a segurança das informações sensíveis transmitidas durante as transações, como dados de pagamento e informações pessoais dos clientes. Ao criptografar esses dados, garante-se que apenas o destinatário pretendido possa acessá-los, protegendo contra roubos de identidade e fraudes.

Além disso, a criptografia também é crucial para verificar a autenticidade e a integridade das informações, garantindo que os dados não tenham sido manipulados durante a transmissão. Isso é fundamental para estabelecer a confiança entre as partes envolvidas em transações *on-line* e para proteger contra os ataques cibernéticos. Ao codificar os dados, ela impede que terceiros mal-intencionados tenham acesso às informações confidenciais dos usuários, como números de cartão de crédito e dados pessoais. Isso aumenta a confiança dos consumidores no contrato eletrônico, contribuindo para o crescimento do mercado *on-line*.

Por sua vez, a tecnologia *blockchain* oferece uma abordagem inovadora para a garantia da segurança e transparência no contrato eletrônico. Trata-se de um registro

---

<sup>83</sup> A criptografia é uma técnica utilizada para proteger informações sensíveis por meio da codificação e decodificação de dados. Seu principal objetivo é garantir a confidencialidade, integridade e autenticidade das informações durante a transmissão e armazenamento, impedindo que terceiros não autorizados possam acessar ou modificar os dados. Na criptografia, um algoritmo matemático é aplicado aos dados originais, transformando-os em um formato ilegível, conhecido como texto cifrado ou criptograma. Esse processo de codificação é realizado utilizando uma chave, que pode ser pública (conhecida por todos) ou privada (conhecida apenas pelo emissor e receptor). Existem dois tipos principais de criptografia: simétrica e assimétrica. Na criptografia simétrica, a mesma chave é utilizada tanto para criptografar quanto para descriptografar os dados. Já na criptografia assimétrica, são utilizadas duas chaves distintas: uma pública, para criptografar os dados, e uma privada, para descriptografá-los. A combinação dessas chaves permite uma comunicação segura entre as partes, mesmo em um ambiente público, como a *Internet*. Além de garantir a confidencialidade dos dados, a criptografia também é fundamental para verificar a integridade e autenticidade das informações. Por meio de técnicas como assinaturas digitais e certificados digitais, é possível garantir que os dados não tenham sido alterados durante a transmissão e que provenham de uma fonte confiável. A criptografia desempenha um papel crucial em diversas áreas, incluindo segurança da informação, proteção de dados pessoais, transações financeiras *on-line*, comunicações seguras e muito mais. À medida que a tecnologia avança e as ameaças cibernéticas se tornam mais sofisticadas, a criptografia continua sendo uma ferramenta essencial para garantir a segurança e privacidade das informações na era digital.

<sup>84</sup> *Blockchain* é uma tecnologia que ganhou destaque com a ascensão das criptomoedas, como o *Bitcoin*, mas vai muito além disso. Em essência, é um sistema de registro distribuído e descentralizado, que permite a realização de transações de forma segura, transparente e praticamente imutável. A ideia central por trás do *blockchain* é criar um banco de dados que seja compartilhado por diversos participantes de uma rede, eliminando a necessidade de uma autoridade central para validar transações. Cada bloco de informações contém dados de transações recentes e um código único chamado *hash*, que o conecta ao bloco anterior, formando uma cadeia contínua e sequencial de blocos — daí o nome *blockchain*. O *blockchain* é resistente a alterações retroativas de dados devido à sua estrutura de encadeamento de blocos e ao uso de criptografia. Quando uma transação é realizada, ela é verificada pela rede de nós (ou participantes) e adicionada a um bloco. Esse bloco é então validado e adicionado à cadeia, tornando-se parte do histórico imutável de transações. Além de sua aplicação em criptomoedas, o *blockchain* tem sido explorado em diversos setores, como finanças, saúde, logística, entre outros. Ele pode ser utilizado para registrar e rastrear ativos, garantir a autenticidade de documentos, simplificar processos de auditoria e muito mais. Por sua natureza que promete ser descentralizada e segura, o *blockchain* promete revolucionar muitos aspectos da nossa sociedade, tornando as transações mais eficientes, transparentes e confiáveis. Contudo, ainda enfrenta desafios em termos de escalabilidade, interoperabilidade e aceitação regulatória em alguns setores.

distribuído e descentralizado, que armazena transações de forma transparente e imutável. Isso significa que todas as partes envolvidas em uma transação podem verificar seu histórico, proporcionando maior transparência e confiança. Ao criar um registro público e verificável de todas as transações, o *blockchain* reduz a possibilidade de fraudes e manipulações, garantindo a integridade dos dados e aumentando a confiança entre as partes envolvidas nas transações comerciais.

Além disso, o *blockchain* possibilita a rastreabilidade da cadeia de suprimentos, desde a fabricação até a entrega ao cliente final, o que é especialmente relevante para produtos físicos vendidos *on-line*. Isso garante que os consumidores possam verificar a origem e a qualidade dos produtos que estão adquirindo, aumentando a confiança e a satisfação do cliente.

Outra aplicação importante da tecnologia *blockchain* no contrato eletrônico são os contratos inteligentes, programas de computador autoexecutáveis que automatizam a execução de acordos entre as partes. Esses contratos podem ser usados para automatizar processos como pagamentos, entregas e resolução de disputas, aumentando a eficiência e reduzindo custos para todas as partes envolvidas.

Em suma, a criptografia e a tecnologia *blockchain* podem representar pilares fundamentais do contrato eletrônico moderno, oferecendo segurança, transparência e eficiência nas transações *on-line*. Ao garantir a proteção dos dados e a confiabilidade das operações, essas tecnologias contribuem significativamente para a construção de um ambiente digital mais seguro e confiável para consumidores e comerciantes. O fortalecimento da cooperação internacional e o aprimoramento dos mecanismos de fiscalização e controle podem contribuir para a eficácia das normas e regulamentações existentes, garantindo assim um ambiente de contrato eletrônico mais seguro e confiável para os consumidores.

No contexto em constante evolução do contrato eletrônico, a contratação eletrônica emerge como uma modalidade de transação cada vez mais comum e relevante. No entanto, junto com os benefícios e conveniências oferecidos pela contratação eletrônica, surgem também uma série de problemáticas e desafios que requerem atenção especial. Ao examinar essas problemáticas, identificam-se as áreas de preocupação e com o fim de desenvolver estratégias para mitigar os riscos associados à contratação eletrônica, garantindo assim relações comerciais mais justas e transparentes para todos os envolvidos.

Desde já, o contrato eletrônico, com a sua natureza híbrida que combina tradição (contrato) e inovação (eletrônico), provoca uma reavaliação de vários princípios e concepções no domínio dos contratos. Teorias inicialmente concebidas para o ambiente

físico agora se deparam com a virtualidade imaterial das novas tecnologias e da *Internet*<sup>85</sup>.

Em um mundo cada vez mais conectado, a contratação eletrônica emerge como uma ferramenta fundamental para otimizar processos, reduzir custos e aumentar a eficiência. No entanto, essa transição não está isenta de complexidades, suscitando questões relacionadas à segurança, autenticidade, aceitação legal e equidade no acesso.

O uso da criptografia e da tecnologia *blockchain* tem se destacado como ferramentas poderosas no cenário do contrato eletrônico, oferecendo uma série de vantagens que vão desde a segurança das transações até a garantia da integridade dos dados. No entanto, é importante reconhecer que, juntamente com esses benefícios, também surgem desafios e limitações que precisam ser considerados. Um dos principais desafios é a escalabilidade limitada do *blockchain*, que pode resultar em tempos de processamento mais lentos e taxas de transação mais altas em momentos de alta demanda. Isso pode prejudicar a experiência do usuário e limitar o potencial de crescimento do contrato eletrônico em larga escala.

Além disso, os custos associados às transações em *blockchain* podem ser elevados, especialmente em redes públicas onde as taxas de transação podem variar de acordo com a demanda e a capacidade da rede. Isso pode desencorajar o uso do *blockchain* para transações de baixo valor e representar um obstáculo para a adoção generalizada dessa tecnologia.

A complexidade tecnológica também é uma preocupação, já que a implementação e o gerenciamento de sistemas baseados em *blockchain* requerem conhecimentos técnicos avançados e investimentos significativos em infraestrutura e desenvolvimento de *software*. Isso pode representar uma barreira para as empresas, especialmente aquelas de menor porte, que podem não ter os recursos necessários para adotar essa tecnologia.

Além disso, existem preocupações relacionadas à segurança e à regulamentação. Apesar de ser considerado seguro, o *blockchain* não está imune a ataques cibernéticos e falhas de segurança, o que pode comprometer a integridade das transações e dos dados armazenados na rede. A falta de regulamentação clara em torno do uso do *blockchain* no contrato eletrônico pode gerar incertezas legais e *compliance*, exigindo um cuidadoso acompanhamento das regulamentações em constante evolução.

Percebe-se que no contexto do contrato eletrônico, diversas problemáticas emergem, demandando atenção especial para garantir a integridade das transações realizadas *on-line*. Uma das principais questões reside na vulnerabilidade do

---

<sup>85</sup> COUTO, ref. 15.

consumidor, que se encontra mais suscetível a práticas abusivas, como publicidade enganosa e venda de produtos defeituosos, devido à falta de conhecimento técnico sobre os produtos ou serviços adquiridos.

Assim, a segurança das transações eletrônicas é uma preocupação central, uma vez que envolvem a transferência de dados pessoais e financeiros. A possibilidade de ataques cibernéticos, roubo de dados e falhas na proteção das informações sensíveis dos envolvidos no processo representa um risco significativo. A validação da identidade digital e a prevenção contra falsificações são questões críticas para a confiança nas transações eletrônicas.

Outro desafio enfrentado é a eficácia jurídica das transações eletrônicas. Como uma modalidade ainda relativamente nova, surgem questionamentos sobre a validade jurídica dos contratos eletrônicos, a comprovação da existência desses contratos e a resolução de conflitos decorrentes das negociações *on-line*. A falta de clareza nessas questões pode dificultar a aplicação das leis e regulamentações, gerando incertezas para consumidores e fornecedores.

A exclusão digital também pode se tornar um obstáculo, uma vez que nem todos têm igualdade de acesso à tecnologia. Isso pode resultar em disparidades e dificultar a participação de certos grupos na contratação eletrônica. A coleta e o processamento de dados pessoais, inerentes às transações digitais, também levantam preocupações em relação à privacidade e segurança dos consumidores.

Regulamentações como o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD)<sup>86</sup> na União Europeia (UE) e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)<sup>87</sup> no Brasil estabelecem diretrizes para proteger os dados dos consumidores, mas é fundamental que as empresas estejam cientes das obrigações legais e implementem medidas adequadas de segurança cibernética e privacidade.

A prova eletrônica em litígios pode ser complexa, exigindo confiabilidade dos registros digitais e validação legal das evidências. Vulnerabilidades tecnológicas, como falhas técnicas e interrupções nos servidores, também podem impactar a eficiência e a confiabilidade das transações eletrônicas.

Para superar esses desafios, é crucial desenvolver e adotar padrões de segurança robustos, promover a educação sobre práticas seguras de contratação eletrônica e buscar atualizações legais para reconhecer e validar os contratos eletrônicos. A

---

<sup>86</sup> O RGPD é o Regulamento (UE) n.º 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados. Ver: Regulamento n.º 2016/679. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Bruxelas: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 04-05-2016, L 119, pp. 1-88 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>.

<sup>87</sup> Já a LGPD é a Lei n.º 13.709, de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Ver: Lei n.º 13.709/2018. *Diário Oficial da União, 1ª Seção* [em linha]. Brasília: Imprensa Nacional-Casa Civil, 15-08-2018, n.º 157, p. 59 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm).

conscientização e colaboração entre as partes envolvidas são essenciais para o avanço seguro e eficiente da contratação eletrônica.

Em suma, a importância do Direito do Consumidor e o enquadramento legal no contexto do contrato eletrônico são fundamentais para garantir a proteção dos consumidores e a segurança das transações *on-line*. Diante das diversas problemáticas apresentadas, desde a vulnerabilidade do consumidor até os desafios relacionados à segurança digital e à validade jurídica das transações eletrônicas, torna-se evidente a necessidade de uma abordagem abrangente e colaborativa para enfrentar esses desafios.

A legislação de proteção do consumidor, juntamente com regulamentações específicas para o contrato eletrônico, estabelece diretrizes e padrões que visam garantir a equidade, transparência e segurança nas transações *on-line*. No entanto, é crucial que as leis sejam continuamente atualizadas e adaptadas para acompanhar o ritmo das mudanças tecnológicas e as novas formas de interação no ambiente digital.

Além disso, a conscientização dos consumidores sobre seus direitos e melhores práticas de segurança cibernética é essencial para fortalecer a proteção dos indivíduos no ambiente *on-line*. A colaboração entre governos, empresas, organizações da sociedade civil e consumidores é fundamental para promover um ambiente de contrato eletrônico seguro, justo e confiável.

Em última análise, a aplicação efetiva do direito do consumidor e o enquadramento legal adequado no contexto do contrato eletrônico são essenciais para garantir a confiança dos consumidores nas transações *on-line*, promovendo assim o desenvolvimento sustentável e responsável do contrato eletrônico em todo o mundo.

## **2.2 Diretiva n.º 2011/83/UE e seu impacto no Decreto-Lei n.º 24/2014**

A Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>88</sup>, relativa aos direitos dos consumidores, possui um impacto particularmente relevante no contexto do DL n.º 24/2014, de 14 de fevereiro, em Portugal<sup>89</sup>. A aprovação dessa Diretiva na UE levou à sua transposição para o direito interno de Portugal mediante tal legislação, alinhando-se aos padrões de proteção do consumidor estabelecidos por esse bloco econômico.

A introdução da Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>90</sup> foi motivada pela necessidade de modernizar e harmonizar as leis de consumo em toda a UE, promovendo a confiança dos consumidores no mercado interno e facilitando o comércio transfronteiriço. Ela aborda uma ampla gama de questões, desde o direito de informação pré-contratual até

---

<sup>88</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>89</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>90</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, *op. cit.*

o direito de livre resolução, estabelecendo um conjunto mínimo de direitos para os consumidores em toda a UE.

No contexto português, o DL n.º 24/2014<sup>91</sup> foi promulgado para transpor as disposições da Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>92</sup> para a legislação nacional, adaptando-as às especificidades do sistema jurídico e às necessidades dos consumidores em Portugal. Esse DL representa um avanço significativo na proteção dos direitos dos consumidores no país, garantindo-lhes um conjunto robusto de direitos e garantias em suas transações comerciais, especialmente no ambiente digital.

No contexto do comércio *on-line*, há uma ampla gama de regulamentos em vigor. A Comunidade Europeia demonstrou, desde o início, uma preocupação significativa nesse campo, reconhecendo precocemente que essa modalidade “inovadora” de comércio desempenharia um papel crucial no crescimento econômico<sup>93</sup>.

Tal crescimento fez emergir a necessidade de um regramento capaz de resguardar direitos e garantias dos consumidores no contexto dessas novas relações comerciais, no qual o DL n.º 24/2014, de 14 de fevereiro<sup>94</sup>, transpôs a Diretiva n.º 2011/83/EU — assim, a proteção do consumidor incide, sobretudo, na celebração de contratos à distância e fora do estabelecimento comercial, na esfera do ordenamento jurídico português. Portanto, não há como se falar acerca desse DL sem antes tratar da referida Diretiva, cujo ordenamento deu origem ao decreto em questão<sup>95</sup>.

Ballesteros<sup>96</sup> afirma que a Diretiva n.º 2011/83/UE aborda as regras para o exercício do direito de resolução nos artigos 9.º a 16.º, as quais são aplicáveis tanto aos contratos celebrados à distância quanto aos contratos realizados fora do estabelecimento comercial. Elas englobam diversas questões relacionadas ao processo de exercício do direito de resolução, incluindo prazos, procedimentos, consequências, responsabilidades do consumidor e do comerciante, bem como situações excepcionais em que o direito de resolução não se aplica.

Em contraste com a abordagem anterior adotada nas diretrizes anteriores, que favoreciam uma harmonização mínima permitindo que os Estados-Membros mantivessem ou estabelecessem regulamentações nacionais mais rigorosas do que as

---

<sup>91</sup> DL n.º 24/2014, *op. cit.*

<sup>92</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, *op. cit.*

<sup>93</sup> MENDONÇA, M. P. S. *O direito de arrependimento nos contratos celebrados pela Internet* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2017 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório UC: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/84239>.

<sup>94</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>95</sup> VALE, C. I. C. C. *Contratos celebrados à distância e contratos celebrados fora do estabelecimento comercial* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2022 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório UCP: <http://hdl.handle.net/10400.14/39032>.

<sup>96</sup> BALLESTEROS, M. S. B. El derecho de desistimiento en la directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre derechos de los consumidores. *Revista CESCO de Derecho de Consumo* [em linha]. 2012, vol. 1, n.º 1, pp. 61-79 [consult. 15 jan. 2024]. ISSN 22542582. Disponível em: <https://revista.uclm.es/index.php/cesco/article/view/11>.

diretrizes estipulavam, a Diretiva n.º 2011/83/UE, de acordo com o seu artigo 4.º, segue uma política de harmonização completa, também designada harmonização máxima<sup>97</sup>.

Vale<sup>98</sup> ressalta que esse aspecto implica que, nos Estados-Membros, algumas disposições podem ser incluídas em suas leis nacionais, entretanto poucas são as que tal Diretiva permite. Isso se aplica tanto para tornar as regulamentações mais rígidas quanto para torná-las mais flexíveis, visando garantir níveis distintos de proteção aos consumidores, a menos que a própria diretiva permita o contrário. Ainda acerca da Diretiva n.º 2011/83/UE, destaca Moreira<sup>99</sup> que:

[...] a Diretiva harmonizou plenamente alguns aspectos cruciais dos contratos à distância e dos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial (nomeadamente o direito à informação, particularmente reforçado e o direito de retratação) e promoveu ainda a harmonização de outros aspetos dos contratos de consumo em temas como a entrega, a transferência do risco e os pagamentos adicionais, consagrando um nível de proteção idêntico a todos os consumidores europeus, onde quer que se encontrem no mercado interno e contribuindo para uma maior transparência do funcionamento do mercado. Em Portugal, a Diretiva relativa aos Direitos dos Consumidores foi transposta pelo Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro, que estabelece a disciplina aplicável aos contratos celebrados à distância e aos contratos celebrados fora do estabelecimento e pela Lei n.º 47/2014, de 28 de julho, que procedeu à quarta alteração da Lei n.º 24/96, de 31 de julho, a Lei de Defesa do Consumidor.

A citação de Moreira<sup>100</sup> acima destaca a harmonização abrangente alcançada pela Diretiva n.º 2011/83/UE em relação a diversos aspectos dos contratos à distância e dos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial. Essa harmonização abrange particularmente o direito à informação, que foi significativamente reforçado, assim como o direito de retratação, que é o direito de livre resolução ou direito ao arrependimento.

Além disso, a diretiva promoveu a harmonização de outros aspectos dos contratos de consumo, incluindo temas como entrega, transferência do risco e pagamentos adicionais. O objetivo é garantir um nível de proteção uniforme para todos os consumidores europeus, independentemente de sua localização no mercado interno, contribuindo assim para uma maior transparência no funcionamento do mercado.

Juntamente à Lei n.º 47/2014<sup>101</sup>, de 28 de julho, que procedeu à quarta alteração da Lei n.º 24/96 – LDC<sup>102</sup>, o DL n.º 24/2014, de 14 de fevereiro<sup>103</sup>, estabelece a disciplina aplicável aos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial. Logo, esse DL redefine as regras que regem esses tipos de contratos, revogando o DL

---

<sup>97</sup> VALE, *op. cit.*

<sup>98</sup> *Ibidem.*

<sup>99</sup> MOREIRA, T. Novos desafios para a contratação à distância: a perspectiva da defesa do consumidor. *Estudos de Direito do Consumidor*. 2015, n.º 9, p. 21. ISSN 16460375.

<sup>100</sup> *Ibidem.*

<sup>101</sup> Lei n.º 47/2014. *Diário da República*, 1ª Série [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 28-07-2014, n.º 143, pp. 3991-4000 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/analise-juridica/lei/47-2014-55021031>.

<sup>102</sup> Lei n.º 24/96, ref. 33.

<sup>103</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

n.º 143/2001, de 26 de abril<sup>104</sup>, que havia sido alterado pelos Decretos-Leis n.º 57/2008, de 26 de março<sup>105</sup>, n.º 82/2008, de 20 de maio<sup>106</sup>, e n.º 317/2009, de 30 de outubro<sup>107</sup>.

### 2.2.1 Âmbito de aplicação do Decreto-Lei n.º 24/2014

O DL n.º 24/2014<sup>108</sup> representa um marco na legislação portuguesa relacionada aos direitos dos consumidores. Nesta seção, explora-se, portanto, o âmbito de aplicação desse DL, examinando os tipos de contratos abrangidos, os requisitos necessários para a sua validade e as salvaguardas estabelecidas para garantir uma relação contratual justa e equitativa. O artigo 2.º do DL n.º 24/2014<sup>109</sup> desempenha um papel fundamental na definição do escopo de aplicação desta legislação.

Ao estabelecer os tipos de contratos abrangidos por suas disposições, o artigo fornece uma orientação clara sobre quais situações estão sujeitas às regras e regulamentos estabelecidos para proteger os direitos dos consumidores. A inclusão de contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial reflete a necessidade de adaptar a legislação às realidades do comércio contemporâneo, onde transações *on-line* e em ambientes não presenciais se tornaram cada vez mais comuns.

Além disso, o artigo 2.º pode estabelecer critérios específicos que determinam quando um contrato é considerado celebrado à distância ou fora do estabelecimento, ajudando a evitar ambiguidades e garantindo uma aplicação consistente da lei. Em suma, o artigo proporciona clareza e certeza jurídica tanto para consumidores quanto para fornecedores. Segundo o n.º 1, artigo 2.º, DL n.º 24/2014<sup>110</sup>:

1 - O presente decreto-lei é aplicável aos contratos celebrados à distância e aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, tendo em vista promover a transparência das práticas comerciais e salvaguardar os interesses legítimos dos consumidores.

O primeiro número estabelece a aplicabilidade da legislação a dois tipos específicos de contratos: aqueles celebrados à distância e aqueles celebrados fora do estabelecimento comercial. Essa abrangência visa principalmente promover a transparência nas práticas comerciais e proteger os interesses legítimos dos consumidores.

---

<sup>104</sup> Decreto-Lei n.º 143/2001. *Diário da República*, 1ª Série-A [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 26-04-2001, n.º 97, pp. 2360-2367 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/143-2001-165020>.

<sup>105</sup> Decreto-Lei n.º 57/2008. *Diário da República*, 1ª Série [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 26-03-2008, n.º 60, pp. 1747-1754 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/modificacoes/2008-34454075-75116084>.

<sup>106</sup> Decreto-Lei n.º 82/2008. *Diário da República*, 1ª Série [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 20-05-2008, n.º 97, pp. 2871-2879 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/analise-juridica/decreto-lei/82-2008-249242>.

<sup>107</sup> Decreto-Lei n.º 317/2009. *Diário da República*, 1ª Série [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 30-10-2009, n.º 211, pp. 8271-8301 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/317-2009-483411>.

<sup>108</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>109</sup> *Ibidem*.

<sup>110</sup> *Ibidem*.

A inclusão dos contratos celebrados à distância abrange transações comerciais realizadas sem a presença física simultânea das partes, como compras *on-line*, por telefone, TV, correspondência (via postal), *e-mail*, *websites* e outras. Já os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial referem-se a situações em que o consumidor é abordado em locais que não são os estabelecimentos comerciais do fornecedor, como em domicílio ou em eventos fora do comércio convencional.

Ao abranger esses dois tipos de contratos, o DL busca estabelecer normas claras para essas modalidades de transações, garantindo que os consumidores estejam devidamente informados e protegidos em ambientes comerciais que muitas vezes podem apresentar desafios adicionais devido à ausência de contato direto. Dessa forma, o n.º 1 do artigo 2.º busca criar um ambiente mais equilibrado e seguro para as transações comerciais, promovendo a confiança dos consumidores no mercado.

Acerca do conceito dos contratos celebrados à distância, o artigo 3.º do DL n.º 24/2014<sup>111</sup>, alínea h), dispõe:

[...] um contrato celebrado entre o consumidor e o fornecedor de bens ou o prestador de serviços sem presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância até à celebração do contrato, incluindo a própria celebração.

Carvalho<sup>112</sup> ressalta que é importante observar que não é necessário definir o termo técnico de comunicação à distância, uma vez que o seu atributo distintivo - a ausência de presença física e simultânea das partes - já está implicitamente incorporado no conceito de contrato celebrado à distância. Ainda sobre essa definição, é necessário destacar que está sendo tratado de um contrato.

Portanto, essa categoria de contrato não está apenas sujeita às disposições específicas estabelecidas nesse DL e na legislação de proteção ao consumidor, mas também às normas gerais aplicáveis aos negócios jurídicos e contratos conforme estabelecidas no Código Civil (CC) português<sup>113</sup>.

Em segundo lugar, Sousa<sup>114</sup> aponta que é relevante destacar que os contratos celebrados à distância regulamentados por essa legislação se referem a relações de consumo, ou seja, situações em que o contrato é estabelecido entre um consumidor e um profissional. Inclusive, para que melhor se defina o conceito de contrato à distância, necessário se faz a definição prévia do conceito de consumidor, figura de extrema vulnerabilidade das relações contratuais distância. Sousa<sup>115</sup> entende que:

---

<sup>111</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>112</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>113</sup> SOUSA, ref. 35.

<sup>114</sup> *Ibidem*.

<sup>115</sup> SOUSA, *op. cit.*, p. 8.

[...] sendo embora verdade que a circunstância de sermos todos consumidores esvazia o respetivo conceito, não é menos verdade que não existem categorias distintas de consumidores. Há os prevenidos contra os “malefícios” do consumo, há os conscientes da sua posição de consumidores e dos direitos que a legislação lhes confere, há os impulsivos, há os “viciados” dispostos a adquirir tudo o que o marketing lhes propõe e há ainda os inconscientes que, pouco informados, distraídos ou incapazes de discernir as consequências económicas e jurídicas da aquisição de um bem ou da subscrição de um serviço, sucumbem facilmente a qualquer proposta ou convite à celebração de um contrato de consumo, mesmo que este não represente a satisfação de qualquer necessidade efetiva. A *ratio* do direito do consumo consiste então na proteção da posição jurídica de todos estes consumidores.

A citação acima ressalta a diversidade de perfis de consumidores, desde os mais informados e conscientes até aqueles mais vulneráveis e suscetíveis a práticas abusivas. Ela destaca a importância do direito do consumo em proteger os interesses de todos esses consumidores, independentemente de seu nível de conhecimento ou experiência nas relações de consumo<sup>116</sup>.

A condição de consumidor pode variar de acordo com a complexidade das categorias de consumidores, com a diversidade de atitudes e de comportamentos. A universalidade da condição de consumidor pode, de certa forma, esvaziar o conceito, sugerindo que, pelo fato de todos serem consumidores, a distinção entre eles pode ser perdida ou minimizada. No entanto, a análise avança ao reconhecer que, apesar dessa universalidade, existem diferentes categorias de consumidores.

As categorias apresentadas incluem consumidores prevenidos, conscientes de seus direitos e posição no contexto do consumo, impulsivos, viciados em consumismo proposto pelo *marketing*, e inconscientes, que podem ser pouco informados ou incapazes de compreender as implicações econômicas e jurídicas de suas escolhas de consumo.

Evidente se revela a importância do direito do consumo na proteção das posições jurídicas de todas essas categorias de consumidores. A *ratio* ou razão por trás do direito do consumo, conforme descrito acima, é garantir a proteção legal dos consumidores, independentemente de sua categoria. Isso implica assegurar que consumidores impulsivos ou inconscientes não sejam explorados, que os direitos dos consumidores sejam respeitados e que haja equidade nas relações de consumo.

Vale<sup>117</sup> frisar ainda a necessidade de um enfoque legal que considere a diversidade de comportamentos e conhecimentos entre os consumidores. Além disso, ao reconhecer a importância da proteção legal, o direito do consumo deve ser conduzido de forma a garantir a justiça nas transações comerciais e para prevenir abusos, independentemente do perfil do consumidor em questão.

---

<sup>116</sup> SOUSA, ref. 35.

<sup>117</sup> VALE, ref. 95.

Realiza-se a seguir uma análise das formalidades e requisitos dos contratos celebrados à distância e das suas implicações.

Os contratos a distância referem-se a acordos entre partes que são concluídos sem a necessidade de presença física, utilizando meios eletrônicos como a *Internet*, *e-mails*, aplicativos e outras plataformas digitais. Essa forma de contratação apresenta características distintas, como a ausência de contato pessoal direto e a dependência de tecnologias da informação para a sua efetivação.

De fato, tem-se observado um aumento significativo nas atividades de contrato eletrônico, o que resultou na promulgação do DL n.º 7/2004, de 7 de janeiro<sup>118</sup>. Essa legislação, que transpõe para a ordem jurídica nacional a Diretiva n.º 2000/31/CE<sup>119</sup>, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, regulamenta determinados aspectos do comércio eletrônico e os contratos eletrônicos (artigos 24.º a 34.º), tendo um escopo de aplicação mais amplo, não se limitando apenas às relações de consumo.

No entanto, o DL n.º 24/2014 é aplicável, uma vez que esses contratos são sempre celebrados à distância<sup>120</sup>. Nesse cenário, os contratos são estabelecidos por meio de *tablets*, computadores, *smartphones* ou qualquer outro dispositivo com acesso à *Internet*, sendo esse último o elemento distintivo do contrato eletrônico.

Com o objetivo de proteger o consumidor que realiza transações eletrônicas onerosas, ou seja, aquelas que implicam uma obrigação de pagamento, o artigo 5.º, § 2, do DL n.º 24/2014 determina que o profissional forneça informações pré-contratuais específicas de maneira clara e visível imediatamente antes do consumidor concluir a encomenda. Dessa forma, assegura-se que o consumidor tenha conhecimento das informações mais relevantes antes de efetuar o pagamento. Para implementar essa normativa, o legislador estabeleceu no artigo 5.º, § 3, que o profissional, ao celebrar o contrato, deve garantir que o consumidor confirme de maneira expressa e consciente que a encomenda implica a obrigação de pagamento<sup>121</sup>.

Assim, garantindo que a parte mais vulnerável tenha conhecimento prévio dos elementos pré-contratuais mencionados antes de finalizar o negócio. Vale<sup>122</sup> pontua que para assegurar que o consumidor compreenda que prosseguir com a encomenda implica a obrigação de pagar, estabeleceu-se que, se a conclusão da encomenda envolver a ativação de um botão ou função semelhante, estes devem ser identificados

---

<sup>118</sup> Decreto-Lei n.º 7/2004. *Diário da República*, 1ª Série-A [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 07-01-2004, n.º 5/2004, pp. 70-78 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/7-2004-240775>.

<sup>119</sup> Diretiva n.º 2000/31/CE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Luxemburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 17-07-2000, nº L178, pp. 1-16 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32000L0031>.

<sup>120</sup> VALE, ref. 95.

<sup>121</sup> *Ibidem*.

<sup>122</sup> VALE, *op. cit.*, p. 17.

de forma facilmente legível, contendo apenas a expressão “encomenda com obrigação de pagar” ou uma formulação equivalente e inequívoca (artigo 5.º, § 4).

Dinis<sup>123</sup> argumenta que esse dispositivo merece especial destaque, pois desperta para a necessidade de se identificar, de forma facilmente legível, apenas com a expressão, “encomenda com obrigação de pagar”, ou com outra expressão equivalente e igualmente inequívoca que alerte o consumidor da necessidade de pagar a encomenda, sempre que a respectiva conclusão dependa da ativação de um botão ou de uma função semelhante, sob pena de o consumidor não ficar vinculado a esse contrato.

A respeito, Dinis<sup>124</sup> explana que:

[...] alerta-se igualmente para os dizeres dos números 6 e 7 do mesmo artigo 5º, que dispõem respectivamente que, “em caso de comunicação por via telefónica, a identidade do fornecedor do bem ou prestador de serviços ou do profissional que atue em seu nome ou por sua conta e o objetivo comercial da chamada devem ser explicitamente comunicados no início de qualquer contacto com o consumidor” e que “quando o contrato for celebrado por telefone, o consumidor só fica vinculado depois de assinar a oferta ou enviar o seu consentimento escrito ao fornecedor de bens ou prestador de serviços”. A penalidade pelo não cumprimento dessas obrigações pré-contratuais é a não vinculação do consumidor ao contrato correspondente, conforme estabelecido no artigo 5º, n. 8.

O legislador destaca a importância da transparência e da proteção do consumidor ao estabelecer regras claras para os fornecedores de bens, prestadores de serviços ou profissionais que atuam em seu nome ou por sua conta, bem como enfatiza a necessidade de clareza e transparência nas chamadas telefônicas dirigidas aos consumidores.

O fornecedor, ao entrar em contato por telefone, tem a obrigação de explicitamente comunicar a identidade e o objetivo comercial da chamada logo no início do contato. Essa disposição visa garantir que os consumidores estejam plenamente cientes de quem está entrando em contato e com qual finalidade comercial, proporcionando assim um ambiente mais transparente e evitando práticas enganosas.

No que se refere à formalização de contratos celebrados por telefone, resta estabelecido que o consumidor só fica vinculado ao contrato após assinar a oferta ou enviar seu consentimento escrito ao fornecedor de bens ou prestador de serviços. Essa medida visa proteger o consumidor de decisões impulsivas ou pressões indevidas durante a chamada telefônica, garantindo que a formalização do contrato seja feita de maneira consciente e informada.

---

<sup>123</sup> DINIS, M. Contratos celebrados à distância e contratos celebrados fora do estabelecimento comercial: da transposição da diretiva para o ordenamento jurídico português. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo* [em linha]. 2014, vol. 4, n.º 15, p. 117 [consult. 15 jan. 2024]. ISSN 22371168. Disponível em: <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/76602>.

<sup>124</sup> DINIS, ref. 123, p. 11.

A penalidade prevista para o não cumprimento dessas obrigações pré-contratuais é clara: o consumidor não fica vinculado ao contrato correspondente. Isso ressalta a seriedade com que a legislação encara a transparência nas relações comerciais por telefone e destaca a importância de assegurar que os consumidores tenham informações claras e a oportunidade de tomar decisões conscientes.

O que se percebe é uma preocupação legítima em garantir a proteção dos consumidores em transações telefônicas, promovendo a transparência, a informação adequada e a tomada de decisões conscientes. Essas disposições contribuem para um ambiente de consumo mais justo e equitativo. Os contratos à distância, embora ofereçam conveniência e eficiência, demandam uma abordagem cuidadosa para garantir a sua validade e segurança.

A evolução da legislação e a adaptação às mudanças tecnológicas são essenciais para proporcionar um ambiente jurídico que suporte efetivamente essa modalidade contratual na era digital. O equilíbrio entre a facilitação das transações e a proteção das partes envolvidas é um desafio constante que requer a colaboração contínua entre legisladores, especialistas em tecnologia e sociedade como um todo.

Em suma, o DL n.º 24/2014<sup>125</sup> estabelece o âmbito de aplicação para os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial, bem como alguns aspetos dos contratos de consumo em geral, com vista a promover a transparência das práticas comerciais e proteger os interesses legítimos dos consumidores.

Ao definir claramente as situações em que esse decreto se aplica, contribui para uma maior segurança e confiança nas transações comerciais, de modo a assegurar que os consumidores estejam devidamente protegidos, independentemente do canal de venda utilizado. Essa delimitação do escopo de aplicação é fundamental para garantir a eficácia das normas de proteção ao consumidor e promover um ambiente de consumo justo e equitativo.

### **2.2.2 Exclusões do âmbito do Decreto-Lei n.º 24/2014**

Ao abordar as exclusões do âmbito do DL n.º 24/2014<sup>126</sup>, adentra-se em um aspecto crucial da legislação consumerista, que delinea os limites e especificidades das situações não abrangidas por essa normativa. Essas exclusões desempenham um papel fundamental na definição das responsabilidades legais das partes envolvidas em transações comerciais, ao mesmo tempo em que delinham as áreas em que a proteção ao consumidor pode não ser aplicável.

---

<sup>125</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>126</sup> *Ibidem*.

Nesse contexto, é essencial compreender as diferentes categorias de exclusões e os critérios que as fundamentam, a fim de promover uma análise abrangente e contextualizada das relações de consumo reguladas pelo DL n.º 24/2014<sup>127</sup>. O artigo 3.º, alíneas h) e w), do DL n.º 24/2014<sup>128</sup> estabelece um acordo entre o consumidor e o fornecedor de bens ou prestador de serviços, em que não há presença física simultânea das partes.

Esse contrato é integrado em um sistema de venda ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância, utilizando exclusivamente uma ou mais técnicas de comunicação à distância até a conclusão do contrato, inclusive durante a celebração. A técnica de comunicação à distância é definida como qualquer meio que possa ser usado para celebrar o contrato entre o fornecedor de bens ou prestador de serviços e o consumidor, sem a presença física e simultânea das partes.

Vale destacar que a definição de técnica de comunicação à distância é dispensável, pois o seu elemento caracterizador, ou seja, a ausência de presença física simultânea das partes, já está incorporado no conceito de contrato celebrado à distância<sup>129</sup>. Ensina Carvalho<sup>130</sup> que:

[...] o regime aplica-se apenas quando esteja em causa um contrato celebrado entre um consumidor e um profissional. Adota-se a noção restrita de consumidor, abrangendo apenas a “pessoa singular que atue com fins que não se integrem no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional” [art. 3º-1-e) do DL 24/2014]. Em segundo lugar, um contrato celebrado à distância pode ser um qualquer contrato relativo a bens ou a serviços. No entanto, encontramos também a referência a um sistema de venda ou de prestação de serviços. O regime deve ser interpretado no sentido de que se aplica a todos os contratos, desde que incidam sobre bens ou serviços. Assim, o diploma deve aplicar-se, entre outros, aos contratos de empreitada ou de locação, embora o arrendamento se encontre expressamente afastado do seu âmbito, nos termos do art. 2º-2-d) do DL 24/2014.

O artigo 2.º do DL n.º 24/2014<sup>131</sup> delinea claramente as exclusões que afetam o alcance do regime estabelecido. Nota-se que determinadas categorias de contratos celebrados à distância não se enquadram nas disposições da referida legislação. Entre os setores excluídos estão serviços financeiros, bens imóveis, serviços sociais, serviços de cuidados de saúde, jogos de fortuna ou azar, viagens organizadas, direitos reais de habitação periódica, direitos de habitação turística, além de géneros alimentícios ou outros bens fornecidos regularmente ao consumidor.

A exclusão dessas categorias específicas de contratos sugere uma abordagem seletiva do legislador, possivelmente motivada por características distintas ou complexidades inerentes a esses setores. Por exemplo, serviços financeiros e bens

---

<sup>127</sup> *Ibidem*.

<sup>128</sup> *Ibidem*.

<sup>129</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>130</sup> *Ibidem*, pp. 305-306.

<sup>131</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

imóveis geralmente envolvem aspectos jurídicos e financeiros complexos, enquanto serviços de saúde e sociais podem ter exigências específicas devido à natureza sensível das interações.

A menção de que o regime é aplicável apenas parcialmente aos contratos de transporte de passageiros adiciona outra camada de especificidade. Isso indica que, embora haja uma certa aplicação do regime a esses contratos, existem nuances ou elementos distintos que requerem uma consideração diferenciada.

Em resumo, o artigo 2.º do DL n.º 24/2014<sup>132</sup> estabelece uma estrutura legal que, ao delimitar certos tipos de contratos, busca adaptar-se às peculiaridades inerentes a diferentes setores, promovendo uma abordagem mais adaptada e específica à complexidade dessas transações.

No que diz respeito aos contratos ligados a serviços financeiros, a sua exclusão fundamenta-se principalmente na natureza especial desses acordos em comparação com outros. Tal exclusão é motivada pelas características singulares desses contratos, considerando seu escopo, que evidencia um nível mais elevado de complexidade<sup>133</sup>. Tal complexidade justifica uma proteção mais robusta, conforme estabelecido pelo DL n.º 95/2006<sup>134</sup>, o qual transpôs para a legislação interna a Diretiva n.º 2002/65/CE<sup>135</sup>.

A exclusão dos contratos relacionados a serviços financeiros do âmbito de aplicação reside na natureza especial desses contratos em comparação com outros tipos, considerando especificamente o seu objeto. A assertiva de que esses contratos apresentam características distintas e um grau de complexidade mais elevado é crucial para compreender a decisão de excluí-los.

A menção ao DL n.º 95/2006, de 29 de maio<sup>136</sup>, que transpôs para a ordem jurídica interna a Diretiva n.º 2002/65/CE<sup>137</sup>, acrescenta uma dimensão significativa à explicação. O reconhecimento da complexidade desses contratos como justificativa para uma maior proteção é congruente com a abordagem de regulamentação e transposição de diretrizes para garantir a segurança e os direitos dos consumidores.

No entanto, é importante notar que a questão da exclusão desses contratos do âmbito regulatório não apenas reflete a complexidade, mas também pode indicar uma necessidade de adaptabilidade às particularidades do setor financeiro. Nesse sentido, é relevante considerar como essa exclusão pode impactar as dinâmicas do mercado e

---

<sup>132</sup> *Ibidem*.

<sup>133</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>134</sup> Decreto-Lei n.º 95/2006. *Diário da República, 1ª Série-A* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 29-05-2006, n.º 103, pp. 3577-3584 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/95-2006-286078>.

<sup>135</sup> Diretiva n.º 2002/65/CE. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Bruxelas: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 09-10-2002, n.º L271, pp. 16-24 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32002L0065>.

<sup>136</sup> DL n.º 95/2006, *op. cit.*

<sup>137</sup> Diretiva n.º 2002/65/CE, *op. cit.*

se há medidas adicionais ou compensatórias em vigor para proteger os consumidores envolvidos nesses contratos especiais.

O DL n.º 24/2014<sup>138</sup>, em seu artigo 2.º, estabelece também a exclusão de contratos originados por meio de máquinas distribuidoras automáticas ou estabelecimentos comerciais automatizados. Além disso, são excluídos os contratos celebrados com operadoras de telecomunicações para o uso de cabines telefônicas públicas ou para a utilização de uma única ligação telefônica, serviço de *Internet* ou fax pelo consumidor, como pontua Carvalho<sup>139</sup>.

Importante notar que, nesses casos, o contrato não se configura como celebrado à distância. Durante a celebração, há presença física e simultânea das partes, embora um dos participantes esteja representado por uma máquina. Essa máquina é habilmente projetada para aceitar propostas ou formalizar contratos.

A supracitada diferenciação revela uma distinção nítida entre contratos tradicionais e aqueles que envolvem máquinas distribuidoras automáticas ou estabelecimentos automatizados, bem como serviços de telecomunicações específicos. Essa diferenciação destaca a presença física das partes no ato da celebração, proporcionando uma perspectiva clara sobre a natureza desses acordos e reconhecendo a capacidade das máquinas de aceitar propostas ou cumprir contratos de forma eficiente.

Nota-se que é imprescindível que o contrato esteja inserido em um sistema de contratação organizado pelo profissional. Esse requisito restringe a aplicação do regime aos casos em que a utilização da técnica de comunicação à distância tenha sido de alguma forma incentivada pelo profissional, mesmo que a proposta contratual seja originada pelo consumidor. Portanto, é necessário que o profissional tenha estabelecido um sistema próprio de contratação à distância e tenha demonstrado a sua disponibilidade para celebrar contratos por meio desse sistema<sup>140</sup>.

Por exemplo, não atende a esse requisito a situação em que o consumidor, ao encontrar o número de telefone de uma empresa na lista telefônica, entra em contato para encomendar um bem ou serviço. A resposta jurídica não será a mesma se esse contato for estabelecido em resposta a uma mensagem publicitária veiculada na própria lista telefônica, na qual a empresa solicita ao consumidor que entre em contato para realizar a encomenda do bem ou serviço<sup>141</sup>.

Entende-se que o profissional que cria uma página na *Internet* e oferece bens ou serviços por meio dessa plataforma organizou um sistema de contratação à distância.

---

<sup>138</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>139</sup> CARVALHO, *op. cit.*

<sup>140</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>141</sup> *Ibidem.*

Ele se aplica ao profissional que comercializa produtos por meio da televisão. Por outro lado, Carvalho<sup>142</sup> pontua que não se configura um sistema organizado de contratação quando a publicidade veiculada na televisão não possui relevância contratual direta e não incentiva o consumidor a realizar um contato posterior por meio de uma técnica de comunicação à distância.

Resta clara a necessidade de que um contrato esteja inserido em um sistema de contratação organizado pelo profissional para que o regime aplicável seja acionado. O destaque para esse requisito específico é fundamental para delimitar a aplicação das regras relacionadas à comunicação à distância.

A indicação de que o profissional deve ter incentivado de alguma forma o uso da técnica de comunicação à distância, mesmo que a proposta seja originada pelo consumidor, oferece uma abordagem equilibrada e coerente. Esse ponto de vista considera a influência do profissional no processo, mesmo quando a iniciativa parte do consumidor.

Os exemplos fornecidos, como a situação em que o consumidor encomenda um bem ou serviço ao ver um número de telefone na lista telefônica, e a distinção entre um contato originado pela simples visualização do número e aquele estimulado por uma mensagem publicitária, são elucidativos. Eles ilustram de maneira prática como o contexto e a abordagem publicitária podem influenciar a interpretação da aplicabilidade do regime.

A diferenciação entre um profissional que coloca uma página na *Internet* para oferecer bens ou serviços, organizando assim um sistema de contratação à distância, e a ausência de um sistema organizado quando a publicidade televisiva não tem relevância contratual direta, é outro ponto bem colocado. Isso destaca a importância não apenas da presença *on-line*, mas também da intenção e organização por parte do profissional para estabelecer um sistema efetivo de contratação à distância.

Carvalho<sup>143</sup> aponta um aspecto muito peculiar no que tange ao sistema organizado pelo profissional, ao não estabelecer esse sistema como exclusivo para celebração de contratos, facultando ao mesmo ter um estabelecimento comercial onde comercialize os mesmos bens e serviços, cabendo ao profissional provar a inexistência de um sistema organizado de contratação à distância.

## **2.3 Direito do consumidor à informação pré-contratual**

Com explicado anteriormente, a contemporaneidade, marcada pelo avanço exponencial da tecnologia e pela predominância dos contratos eletrônicos, a proteção

---

<sup>142</sup> *Ibidem*.

<sup>143</sup> CARVALHO, ref. 31.

do consumidor assume um papel de relevância incontestável. Dentro desse contexto, emerge a imperiosa necessidade de assegurar ao consumidor o direito à informação pré-contratual, uma salvaguarda essencial para equilibrar a relação entre as partes envolvidas em transações comerciais digitais.

Primeiro, cabe salientar que aqui serão tratadas questões apenas inerentes ao dever de informação prévia ao consumidor, no âmbito dos contratos celebrados à distância, a fim de não extrapolar o objeto do presente estudo.

O dinamismo do cenário tecnológico impulsionou a transição de muitas transações para o ambiente virtual, proporcionando comodidade e eficiência, mas também apresentando desafios inéditos. Nesse contexto, o consumidor, muitas vezes imerso em um vasto oceano de informações digitais, enfrenta a complexidade de compreender os termos e condições que regem os contratos eletrônicos. Portanto, o direito à informação pré-contratual surge como uma âncora fundamental, ancorando-se nos princípios da transparência, da boa-fé e da equidade.

A transparência, enquanto pilar central desse direito, exige que as informações essenciais sejam apresentadas de forma clara, compreensível e acessível ao consumidor. A linguagem técnica e obscura que frequentemente permeia os contratos eletrônicos é contraproducente, minando a capacidade do consumidor de tomar decisões informadas. Dessa maneira, a legislação deve se erigir como um farol, orientando a redação de contratos para garantir que as cláusulas sejam compreendidas pelos consumidores, evitando armadilhas informacionais.

O princípio da boa-fé, consagrado em muitos ordenamentos jurídicos, é vital para a construção de relações contratuais justas. A informação pré-contratual, quando oferecida de maneira transparente, contribui para a promoção da boa-fé, estabelecendo um ambiente de confiança entre as partes. Ao conhecer antecipadamente os termos do contrato, o consumidor é capacitado a tomar decisões alinhadas com as suas expectativas, fomentando a confiança no contrato eletrônico.

A equidade, por sua vez, sustenta-se na capacidade de ambas as partes compreenderem plenamente as implicações do contrato. Em um cenário onde a assimetria de informações pode ser a regra, a garantia do direito à informação pré-contratual atua como um contrapeso, empoderando o consumidor para negociar termos justos. A ausência de informação adequada pode resultar em vulnerabilidade, colocando o consumidor em desvantagem e comprometendo a integridade do processo contratual.

Ademais, é imperativo reconhecer a dinâmica mutável do ambiente digital e, conseqüentemente, a necessidade de adaptação constante da legislação. A evolução tecnológica requer uma abordagem proativa, antecipando desafios emergentes e

proporcionando atualizações legislativas que mantenham a eficácia na proteção do consumidor.

A noção de que consumidores bem-informados estão mais bem preparados para lidar com qualquer situação potencialmente conflituosa é amplamente difundida quando se trata de relações de consumo. No entanto, essa proteção abrangente e geral não deve ser apenas encarada do ponto de vista dos consumidores. Se os vendedores e produtores estiverem cientes antecipadamente de todas as informações que devem ser fornecidas aos consumidores e aos concorrentes, todos saberão quando estão diante de uma violação do direito à informação<sup>144</sup>.

Ao estarem todos cientes das informações que devem ser cumpridas - independentemente do lado da transação em que se encontrem - é imperativo que essas informações sejam refletidas em seus contratos, o que reforça ainda mais a importância da inclusão explícita de um direito dessa natureza na legislação<sup>145</sup>.

O direito do consumidor à informação pré-contratual não é apenas uma exigência legal, mas um alicerce ético na construção de relações comerciais justas e equitativas. Em um mundo onde os contratos eletrônicos proliferam, a transparência, a boa-fé e a equidade devem ser valores inegociáveis, sustentando a confiança que é essencial para o funcionamento saudável do comércio digital.

A transparência e a igualdade de informações são fundamentais para o funcionamento adequado das relações de consumo. Quando tanto os consumidores quanto os fornecedores têm acesso às informações relevantes, as transações ocorrem em um ambiente mais justo e equitativo. Além disso, ao estabelecer claramente os direitos e responsabilidades de ambas as partes, os contratos tornam-se instrumentos mais eficazes na prevenção e resolução de conflitos.

Dessa forma, é importante que a legislação contemple de forma explícita o direito à informação, garantindo que todos os envolvidos em transações comerciais tenham acesso às informações necessárias para tomar decisões informadas e proteger seus interesses.

No que diz respeito a contratos de consumo, é imediatamente aplicável tanto o artigo 60.º da Constituição da República portuguesa (CRP)<sup>146</sup> quanto a LDC. Essas normativas delimitam, no contexto legal português, os princípios do direito do

---

<sup>144</sup> SANTOS, E. N. C. P. *As práticas comerciais desleais: uma proteção nas relações com os consumidores ou uma limitação à livre concorrência e à liberdade contratual?* [em linha]. Tese de doutoramento, Universidade Autónoma de Lisboa, Lisboa, 2014 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório UAL: <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/421>.

<sup>145</sup> *Ibidem*.

<sup>146</sup> PORTUGAL. Constituição da República Portuguesa. *Diário da República, 1ª Seção* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 10-04-1976, n.º 86, pp. 738-775 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-aprovacao-constituicao/1976-502635>.

consumidor. Sobre a evolução do caráter protetivo da norma de consumo em Portugal, afirma Barros<sup>147</sup> ter o mesmo:

[...] nascedouro na Carta Magna, em seu artigo 60, passando pela lei de defesa do consumidor, regime jurídico das cláusulas gerais, Decreto-Lei 7/2004, culminando com o último diploma de 24/2014, que ampliou sobejamente os direitos pré-contratuais, em especial o da informação.

Em Portugal, a Diretiva sobre os Direitos dos Consumidores foi incorporada através da LDC estabelecendo as regras para contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento, e pela Lei n.º 47/2014<sup>148</sup>, de 28 de julho, que introduziu a quarta alteração à Lei n.º 24/96<sup>149</sup>, de 31 de julho, conhecida como a LDC<sup>150</sup>.

Uma das mudanças significativas nesse novo regime diz respeito ao fortalecimento do direito à informação pré-contratual dos consumidores. Isso implica que os profissionais têm a obrigação de fornecer, de maneira clara e compreensível, informações relevantes antes da celebração do contrato. Essas informações, conforme Pereira<sup>151</sup> incluem detalhes sobre as características do serviço, preço total, método de cálculo do preço, opções de entrega e pagamento, procedimentos de reclamação, a existência do direito de livre resolução, prazo e processo para exercê-lo, além da entrega do formulário de livre resolução.

Adicionalmente, destaca-se a obrigação dos fornecedores de bens e prestadores de serviços de disponibilizarem informações específicas sobre o pagamento eletrônico. Pereira<sup>152</sup> aponta que o prazo para exercício do direito de livre resolução foi ampliado de 14 dias para 12 meses nos casos em que o profissional não cumprir o dever de informação pré-contratual sobre a existência desse direito e seu prazo.

Os consumidores têm a opção de exercer o direito de livre resolução através de diferentes meios, como carta, contato telefônico, devolução do bem ou outro método comprovável. Em caso de resolução do contrato pelo consumidor, os operadores econômicos têm a obrigação de reembolsar todos os pagamentos efetuados, dentro de um prazo de 14 dias a partir da data em que são informados da decisão de resolução do contrato pelo consumidor, conforme sustenta Pereira<sup>153</sup>.

Além disso, são proibidas cláusulas que excluam ou limitem direta ou indiretamente os direitos dos consumidores estabelecidos no DL n.º 24/2014<sup>154</sup>, de 14

---

<sup>147</sup> BARROS, J. P. L. Os contratos de consumo celebrados pela *Internet*: um estudo de direito comparado luso-brasileiro. *Revista Jurídica Luso-Brasileira* [em linha]. 2017, vol. 3, n.º 4, p. 799 [consult. 15 jan. 2024]. ISSN 2183-539X. Disponível em: [https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2017/4/2017\\_04\\_0781\\_0843.pdf](https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2017/4/2017_04_0781_0843.pdf).

<sup>148</sup> Lei n.º 47/2014, ref. 101.

<sup>149</sup> Lei n.º 24/96, ref. 33.

<sup>150</sup> PEREIRA, A. L. D. Contratos de fornecimento de conteúdos e serviços digitais. In: A. P. MONTEIRO, ed. *Estudos de direito do consumidor*. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2019, pp. 9-36. ISBN 16460375.

<sup>151</sup> *Ibidem*.

<sup>152</sup> *Ibidem*.

<sup>153</sup> *Ibidem*.

<sup>154</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

de fevereiro. Essas medidas, de acordo com Pereira<sup>155</sup> visam garantir maior transparência e proteção aos consumidores em contratos celebrados à distância ou fora do estabelecimento físico.

Leciona Rebelo<sup>156</sup> que, em oposição ao direito subjetivo à informação do consumidor, surgem os deveres informativos que recaem sobre o fornecedor do bem ou serviço. Este deve cumprir tais obrigações ao atuar como parte em contratos de compra e venda ou prestação de serviços, abrangendo tanto transações gerais quanto financeiras. Essas responsabilidades estendem-se a qualquer meio de comunicação remota, incluindo a via eletrônica.

Essa dicotomia fundamental entre o direito subjetivo à informação do consumidor e os deveres de informação atribuídos ao fornecedor ilustra a complexidade e a interdependência nas relações contratuais, especialmente em transações comerciais contemporâneas, onde os meios eletrônicos desempenham um papel preponderante.

Nessa toada, o direito subjetivo à informação do consumidor aponta para a necessidade de os consumidores terem acesso a informações relevantes para tomadas de decisão esclarecidas. Esse direito reflete a importância da transparência e da equidade na relação entre as partes, garantindo que o consumidor esteja devidamente informado antes de se comprometer com um contrato.

No entanto, faz-se necessário também destacar os deveres que recaem sobre o fornecedor. Esses deveres implicam a obrigação moral e legal de fornecer informações adequadas e claras ao consumidor. Essa responsabilidade não apenas cumpre com os requisitos éticos, mas também atende aos princípios jurídicos que visam proteger o consumidor de práticas comerciais desleais ou enganosas.

A referência aos contratos de compra e venda ou prestação de serviços, seja de natureza geral ou financeira, amplia a abrangência desses deveres informativos. Isso sugere que, independentemente da natureza da transação, o fornecedor é encarregado de fornecer informações detalhadas para que o consumidor possa compreender plenamente os termos e condições<sup>157</sup>.

---

<sup>155</sup> PEREIRA, *op. cit.*

<sup>156</sup> REBELO, F. O direito à informação do consumidor na contratação à distância. In: M. FROTA, ed. *Liber amicorum Mário Frota: a causa dos direitos dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2012, pp. 103-153. ISBN 9724047148.

<sup>157</sup> A título de informação sobre o dever de informação ao consumidor, Rebelo (2012, p. 126) aponta que: "A Lei de Defesa do Consumidor estabelece um conjunto de deveres essenciais que constituem o objecto do dever pré-contratual de informação a cumprir pelo fornecedor de qualquer bem ou serviço perante o consumidor, aplicáveis às relações de consumo em geral. O artigo 8º, nº 1, exige que a informação incida sobre os seguintes elementos informativos: características, composição e preço do bem ou serviço, bem como, sobre o período de vigência do contrato, garantias, prazos de entrega e assistência após o negócio jurídico. A estes elementos acresce o dever de informação quanto aos riscos para a saúde e segurança dos consumidores que possam resultar da normal utilização de bens ou serviços perigosos, previsto no nº 3 do mesmo preceito. Quanto ao modo de transmitir a informação, o artigo 8º distingue duas situações, consoante o objecto da informação. Assim, se a informação incidir sobre aspectos fundamentais do produto a adquirir ou do serviço a prestar, o fornecedor tem a obrigação de informar de forma clara, objectiva e adequada (nº1). Em relação aos deveres de informação sobre os riscos para a saúde e segurança dos consumidores que possam resultar da normal utilização dos bens ou serviços perigosos, devem ser cumpridos de

A inclusão de “meios de comunicação à distância, incluindo a via eletrônica”, ressalta a adaptabilidade às realidades contemporâneas. Isso reconhece que, na era digital, as interações entre consumidor e fornecedor frequentemente ocorrem por meio de plataformas eletrônicas. Assim, a responsabilidade do fornecedor se estende a garantir que a comunicação remota seja tão eficaz e transparente quanto seria em um ambiente presencial.

A interrelação entre os direitos e deveres das partes envolvidas em transações comerciais, ressaltam a importância de uma abordagem equitativa e transparente para fortalecer a confiança mútua. Essa reflexão é crucial em um contexto em que a tecnologia redefine continuamente as formas de interação no mercado, reforçando a necessidade de regulações que evoluam em paralelo com as transformações na sociedade e nos meios de comunicação.

O direito à informação é um princípio fundamental em diversas áreas do direito, especialmente nas relações de consumo. Ele visa garantir que os consumidores tenham acesso a informações claras, precisas e adequadas sobre os produtos e serviços que estão adquirindo. Isso permite que tomem decisões informadas, protegendo seus interesses e promovendo a transparência nas transações comerciais.

A afirmação de que consumidores bem-informados estão melhor preparados para enfrentar situações de conflito destaca a importância da educação e do acesso à informação para equilibrar o poder nas relações de consumo. Quando os consumidores têm conhecimento sobre os produtos, preços, condições contratuais e direitos, eles estão mais capacitados para fazer escolhas conscientes e exigir o cumprimento das obrigações por parte dos fornecedores.

No entanto, como mencionado, a proteção abrangente e geral não pode ser absorvida apenas pela perspectiva dos consumidores. Os vendedores e produtores também desempenham um papel crucial na garantia desse direito. É responsabilidade deles fornecer informações completas e precisas sobre os produtos e serviços que oferecem. Isso não apenas atende às exigências legais, mas também contribui para a construção de relações de confiança com os consumidores.

Por outro lado, verifica-se que a preocupação expressa sobre vendedores e produtores antecipadamente divulgarem todas as informações, pode sugerir a necessidade de um equilíbrio. Em certos casos, pode haver informações estratégicas ou sensíveis para as empresas, como segredos comerciais, que não devem ser divulgadas indiscriminadamente.

---

modo claro, completo e adequado (nº 3). Na Lei de Defesa do Consumidor, não se faz distinção quanto ao momento da prestação das informações essenciais, sendo que devem ser fornecidas tanto nas negociações como na celebração de um contrato (cfr. o artigo 8º, nº 1). Em suma, do artigo 8º da Lei de Defesa do Consumidor portuguesa parecem resultar as seguintes características da informação do consumidor: essencialidade, clareza, objectividade, adequação e tempestividade. O Direito à informação do consumidor na contratação à distância”.

A legislação muitas vezes aborda essas questões, delineando o que deve ser comunicado e preservando, ao mesmo tempo, a competitividade e inovação das empresas. No que concerne ao dever de informação ao consumidor, Gomide<sup>158</sup> afirma que “este dever diz respeito à comunicação que uma parte deve fazer à outra de circunstâncias ignoradas, imperfeitas ou incompletamente conhecidas”.

As legislações portuguesa e brasileira convergem na importância da tutela da confiança e do respeito aos deveres de informação nas relações jurídicas<sup>159</sup>. Ambas reconhecem que a informação clara e completa é fundamental para que as partes assumam obrigações de forma consciente e responsável.

Tanto a legislação portuguesa quanto a brasileira incluem disposições que visam proteger a confiança do consumidor e garantir o cumprimento dos deveres de informação por parte dos fornecedores. Esses princípios estão presentes em diferentes normas e regulamentações que tratam dos direitos e deveres das partes envolvidas nas relações de consumo.

Em Portugal, a LDC, incorpora as diretrizes da legislação europeia de proteção ao consumidor, estabelece diversos princípios fundamentais, incluindo a proteção da confiança e o respeito aos deveres de informação. Esses deveres são detalhados em várias disposições do código, que exigem que os fornecedores forneçam informações claras, precisas e completas sobre os produtos e serviços oferecidos, assim como sobre os direitos e obrigações decorrentes da relação de consumo.

No Brasil, o CDC<sup>160</sup> também consagra a necessidade da tutela da confiança e do respeito aos deveres de informação. Estabelece que os fornecedores devem fornecer informações claras e precisas sobre os produtos e serviços, assim como sobre os termos e condições da contratação. Além disso, o código estabelece diversas práticas abusivas que violam esses princípios, como a publicidade enganosa ou abusiva e a omissão de informações relevantes ao consumidor.

Em ambos os países, a proteção da confiança do consumidor e o respeito aos deveres de informação são fundamentais para garantir relações de consumo justas e equilibradas, contribuindo para o fortalecimento dos direitos do consumidor e para a prevenção de práticas abusivas por parte dos fornecedores.

O direito à informação é essencial para um mercado equitativo e relações de consumo saudáveis. É crucial que tanto consumidores quanto fornecedores estejam

---

<sup>158</sup> GOMIDE, A. J. *Direito de arrependimento nos contratos* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2009, pp. 63-64 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/3563>.

<sup>159</sup> TEIXEIRA NETO, F. e FALEIROS JÚNIOR, J. L. M. Contratos eletrônicos de consumo nos 30 anos do Código de Defesa do Consumidor: reflexões à luz das experiências brasileira e portuguesa. *Revista Eletrônica de Direito do Centro Universitário Newton Paiva* [em linha]. 2020, n.º 41, pp. 145-171 [consult. 15 jan. 2024]. E-ISSN 16788729. Disponível em: <https://revistas.newtonpaiva.br/redcunp/n-41-contratos-eletronicos-de-consumo-nos-30-anos-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-reflexoes-a-luz-das-experiencias-brasileira-e-portuguesa/>.

<sup>160</sup> NEGRÃO, ref. 6.

cientes de suas responsabilidades nesse contexto, promovendo um ambiente de negócios transparente e ético.

Assim, conclui-se que o direito do consumidor à informação pré-contratual emerge como um princípio fundamental para equilibrar as relações de consumo, especialmente em um contexto marcado pelo avanço tecnológico e pela predominância dos contratos eletrônicos. A transparência, a boa-fé e a equidade, pilares desse direito, promovem uma interação mais justa entre consumidores e fornecedores, capacitando os consumidores a tomarem decisões informadas e protegendo seus interesses.

A legislação, tanto em Portugal quanto no Brasil, tem evoluído para fortalecer esse direito, exigindo que os fornecedores forneçam informações claras, precisas e completas sobre os produtos e serviços oferecidos. Ao garantir que ambas as partes tenham acesso às informações necessárias, o direito à informação pré-contratual promove a confiança mútua e contribui para um mercado mais equitativo e transparente. A proteção desse direito não apenas fortalece os direitos do consumidor, mas também promove relações de consumo saudáveis e éticas, fundamentais para o funcionamento adequado da economia.

## 2.4 Apontamentos sobre as diretivas da União Europeia

No contexto do contrato eletrônico, como destaca Mendonça<sup>161</sup>, a UE tem uma extensa legislação, refletindo a sua preocupação em regular esse setor, reconhecendo seu papel crucial no desenvolvimento econômico. Desde o início, foi percebido que essa “nova” forma de comércio teria um impacto significativo nesse desenvolvimento. Como salientado por Pereira<sup>162</sup> o direito europeu do consumo se baseia na ideia de que o consumo impulsiona a economia, promovendo uma sociedade de consumo mais ampla e aprimorada.

No entanto, é evidente que esse paradigma nem sempre beneficia o consumidor, o elemento mais vulnerável nessa relação. Diversas diretrizes da UE tratam do contrato eletrônico. Assim, a Diretiva n.º 85/577/CEE<sup>163</sup>, revogada, protege os consumidores em contratos negociados fora dos estabelecimentos comerciais. Embora não aborde os contratos eletrônicos diretamente, foi um marco inicial na regulamentação de contratos fora dos estabelecimentos comerciais. A referida diretiva foi revogada pela Diretiva n.º 97/7/CE, a qual, por sua vez, foi revogada pela 2011/83/UE<sup>164</sup>.

---

<sup>161</sup> MENDONÇA, ref. 93.

<sup>162</sup> PEREIRA, J. D. *O direito de arrependimento do consumidor nos contratos celebrados à distância: um estudo de direito comparado* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade do Minho, 2015 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível no Repositório UM: <https://hdl.handle.net/1822/40878>.

<sup>163</sup> Diretiva n.º 85/577/CEE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Conselho das Comunidades Europeias, 31-12-1985, n.º L372, pp. 31-133 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A31985L0577>.

<sup>164</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

Durante a década de 1970, houve um aumento significativo na prática de contratos celebrados fora dos estabelecimentos comerciais. Esse cenário levou à percepção da necessidade de criar regulamentações específicas para esse tipo de transação, dada a sua crescente frequência e as particularidades envolvidas. Os flagrantes abusos e as consequentes injustiças enfrentadas pelos consumidores motivaram o legislador europeu a criar um mecanismo de proteção para essa parte, geralmente considerada mais vulnerável<sup>165</sup>.

A motivação por trás da criação dessa norma comunitária reflete a preocupação com os prejuízos que os consumidores poderiam sofrer ao optarem por essa forma de contratação. Alves<sup>166</sup> ressalta a necessidade de conceder aos consumidores envolvidos nesse tipo de relações comerciais um tempo para refletir sobre o negócio. Nessas negociações, geralmente é o fornecedor que aborda o consumidor, o que muitas vezes não dá ao consumidor um período adequado para ponderar, como bem destacou Pereira<sup>167</sup> afirmando que frequentemente, o consumidor, na tentativa de se esquivar do vendedor inconveniente, acaba por aceitar o produto oferecido.

Para proteger o consumidor e oferecer um maior período de reflexão mesmo após a compra, o legislador europeu foi elaborando normas que culminaram na criação do direito de arrependimento. Conforme evidenciado no texto da diretiva, esse esboço de direito de arrependimento era aplicável apenas a contratos celebrados de acordo com o artigo 1.º da referida diretiva<sup>168</sup>, de modo que, já nesse primeiro dispositivo, são apresentadas as primeiras exceções ao exercício desse direito.

O artigo 3.º do mesmo texto legal<sup>169</sup> também estabelece que nem todos os contratos seriam passíveis de aplicação desse esboço de direito de arrependimento, excluindo, por exemplo, contratos imobiliários, de fornecimento continuado de bens domésticos, de fornecimento de bens e serviços em circunstâncias especiais, e contratos de seguros e relacionados a valores imobiliários.

Foi no artigo 5.º dessa diretiva<sup>170</sup> que o legislador pela primeira vez enunciou o verdadeiro direito de arrependimento, marcando o início da longa jornada rumo ao desenvolvimento desse instituto. Naquela época, o legislador ainda não considerava a contratação eletrônica, pois a *Internet* era uma realidade distante para a maioria das pessoas. Posteriormente, considerando o avanço tecnológico ocorrido nas décadas de

---

<sup>165</sup> ALVES, F. M. O direito de arrependimento do consumidor: Exceções à regra e necessidade de evolução legislativa no Brasil. *Revista Jus Navigandi* [em linha]. 2007, vol. 11, n.º 1353, pp. 1-6 [consult. 20 jan. 2024]. ISSN 15184862. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/9605/o-direito-de-arrependimento-do-consumidor>.

<sup>166</sup> *Ibidem*.

<sup>167</sup> PEREIRA, ref. 162.

<sup>168</sup> Diretiva n.º 85/577/CEE, ref. 163.

<sup>169</sup> *Ibidem*.

<sup>170</sup> Diretiva n.º 85/577/CEE, *op. cit.*

1990, a comunidade europeia emitiu a Recomendação n.º 92/295/CEE<sup>171</sup>, que começou a construir um direito de arrependimento voltado a contratos realizados por diferentes meios de comunicação, e não apenas vendas porta a porta ou “door-to-door”<sup>172</sup>.

A Diretiva n.º 97/7/CE<sup>173</sup> trata da proteção dos consumidores em contratos à distância, reconhecendo a necessidade de salvaguardar o consumidor nesse tipo de contratação. É fundamental garantir que o consumidor receba informações adequadas, mesmo em contratos realizados à distância, sem contato direto entre consumidor e fornecedor. Tal diretiva, também revogada pela Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>174</sup>, teve como objetivo regular os contratos realizados em domicílios e ambientes semelhantes, vendas automáticas e vendas esporádicas, com foco na proteção dos consumidores em relação às vendas à distância.

Desde o seu artigo 2.º, o legislador buscou fortalecer a legislação existente, buscando a homogeneização dos conceitos de contratação à distância, consumidores, fornecedores, entre outros<sup>175</sup>. Assim como na diretiva anterior, nesta também o legislador deixou claro que existem certos contratos aos quais ela não se aplica, conforme delineado no artigo 3.º, estabelecendo exceções específicas<sup>176</sup>. É relevante destacar duas delas, como ressaltado por Pereira<sup>177</sup> e Alves<sup>178</sup>.

Essas exceções incluem contratos financeiros, que têm um impacto significativo na economia e na vida social, e máquinas de venda automática, que, segundo os autores, não se enquadram na definição de venda à distância, não exigindo assim a proteção do consumidor com um direito de arrependimento. É fundamental que, ao celebrar qualquer contrato à distância, o consumidor tenha acesso a informações claras e objetivas sobre o produto e o fornecedor, fornecidas por escrito ou por outro meio durável no momento da entrega do produto ao consumidor.

Pela primeira vez, o direito de arrependimento é claramente previsto no artigo 6.º dessa diretiva<sup>179</sup>, estabelecendo orientações sobre o conceito e o exercício desse direito. Esse direito confere ao consumidor a possibilidade de rescindir o contrato sem a necessidade de justificação dentro de um prazo de 7 dias, com o fornecedor obrigado a cumprir as disposições do artigo 5.º<sup>180</sup>. Em caso de exercício do direito de

---

<sup>171</sup> Recomendação n.º 92/295/CEE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias, 10-06-1992, n.º L156, pp. 21-22 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX%3A31992H0295%3APT%3AHTML>.

<sup>172</sup> ALVES, *op. cit.*

<sup>173</sup> Diretiva n.º 97/7/CE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 04-06-1997, n.º L144, pp. 19-27 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A31997L0007>.

<sup>174</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>175</sup> Diretiva n.º 97/7/CE, *op. cit.*

<sup>176</sup> *Ibidem*.

<sup>177</sup> PEREIRA, ref. 162.

<sup>178</sup> ALVES, ref. 165.

<sup>179</sup> Diretiva n.º 97/7/CE, *op. cit.*

<sup>180</sup> *Ibidem*.

arrependimento pelo consumidor, o fornecedor deve reembolsar as quantias pagas dentro de um prazo máximo de 30 dias<sup>181</sup>.

A diretiva reflete uma clara adaptação do legislador à evolução tecnológica, buscando equilibrar a proteção do consumidor com a do fornecedor. Além disso, a diretiva enumera certos contratos nos quais o consumidor não pode exercer o direito de arrependimento, como contratos de serviços que tenham iniciado a execução com o consentimento do consumidor antes do término do prazo de sete dias úteis, contratos dependentes da flutuação das taxas do mercado financeiro, entre outros<sup>182</sup>.

Essa extensa lista de exceções mostra a preocupação do legislador em proteger as peculiaridades de diferentes tipos de contratos, com vista a equilibrar a relação de consumo. Assim, a Diretiva n.º 2000/31/CE<sup>183</sup> aborda aspectos legais da sociedade da informação e do contrato eletrônico no mercado interno, reconhecendo o potencial de crescimento econômico e emprego proporcionado pelo contrato eletrônico.

A legislação visa garantir a segurança jurídica do consumidor e a sua confiança nesse ambiente. Ela é conhecida como Diretiva do Comércio Eletrônico, apresenta definições importantes em seu artigo 2.º para contextualizar a temática sobre a qual incide<sup>184</sup>. O legislador preocupou-se em garantir que não houvesse obstáculos para a celebração de contratos eletrônicos nem que a sua validade fosse questionada devido ao meio utilizado para a sua celebração.

É crucial ressaltar que as informações sobre o produto devem ser fornecidas de maneira clara e concisa, mesmo na fase pré-contratual, antes da ordem de encomenda. Conforme destacado por Lara<sup>185</sup>, a diretiva assegura que não haja impedimentos para a celebração de contratos por meios eletrônicos, exceto em determinadas situações previstas pelos Estados-membros.

Pereira<sup>186</sup> afirma que é inegável que o rápido crescimento do ambiente digital, como a *Internet*, possibilitou o contrato eletrônico em escala global, exigindo esforços nacionais e internacionais para promover esse tipo de contratação e garantir um ambiente mais confiável. Essa diretiva abrange todos os serviços da sociedade da informação.

Com base na síntese esquemática de Pereira<sup>187</sup>, visa principalmente duas áreas: os prestadores de serviços da sociedade da informação e o Direito do Consumo. Seu

---

<sup>181</sup> MENDONÇA, ref. 93.

<sup>182</sup> MENDONÇA, ref. 93.

<sup>183</sup> Diretiva n.º 2000/31/CE, ref. 119.

<sup>184</sup> *Ibidem*.

<sup>185</sup> LARA, B. F. *O direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de consumo* [em linha]. Monografia de Graduação, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2011 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível no Repositório UNICEUB: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/290>.

<sup>186</sup> PEREIRA, ref. 162.

<sup>187</sup> *Ibidem*.

objetivo fundamental é promover a livre circulação de serviços da sociedade da informação. A Diretiva n.º 2002/65/CE<sup>188</sup> concentra-se na comercialização de serviços financeiros prestados a consumidores, garantindo um alto nível de proteção ao consumidor e promovendo a livre circulação desses serviços.

A Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>189</sup>, relativa aos direitos dos consumidores, busca harmonizar toda a legislação sobre o tema, criando um quadro jurídico coeso e consistente em toda a UE. Esses diplomas têm como objetivos fundamentais a proteção do consumidor e o estabelecimento de um ambiente de contrato eletrônico seguro e confiável em toda a UE.

Convém mencionar que a Diretiva n.º 2002/65/CE e a Diretiva n.º 2011/83/CE representam importantes marcos na legislação europeia relacionada aos direitos dos consumidores e à harmonização das práticas comerciais dentro da UE. De acordo com Gaio Júnior<sup>190</sup>, a preocupação central tem sido alcançar um alto nível de proteção do consumidor, o que levou a tendências de harmonização máxima em determinados modelos de diretivas, são “diretivas relativas a matérias específicas e Diretivas que unem várias matérias”.

A Diretiva n.º 2002/65/CE<sup>191</sup> evidencia uma tendência de harmonização total, indicando que os Estados-Membros não podem prever disposições além das estabelecidas na diretiva, salvo disposição expressa em contrário. Isso mostra um esforço para eliminar obstáculos e criar um quadro normativo mais uniforme em toda a Comunidade. Observa-se no Considerando 13, da Diretiva n.º 2002/65/CE<sup>192</sup>, que os Estados-membros não possuem margem de manobra para aplicar disposições além do seu escopo, em áreas não abrangidas pela diretiva, conforme a redação:

[...] a presente directiva deve assegurar um elevado nível de defesa do consumidor a fim de garantir a livre circulação dos serviços financeiros. Os Estados-Membros não poderão prever outras disposições para além das estabelecidas pela presente directiva nos domínios por ela harmonizados, salvo disposição explícita em contrário da presente directiva<sup>193</sup>.

Gaio Júnior<sup>194</sup> afirma que, pelo comando do Considerando, tem-se um “pontual indicativo de uma harmonização total, constituindo-se assim em uma das áreas onde se manifestou tal tendência”. Nas palavras do autor:

---

<sup>188</sup> Diretiva n.º 2002/65/CE, ref. 135.

<sup>189</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>190</sup> GAIO JÚNIOR, A. P. A proteção ao consumidor como um elemento propulsor da efetividade integracionista: União Europeia e o seu modelo protetivo consumerista. *Revista de Direito do Consumidor* [em linha]. 2016, vol. 25, n.º 107, p. 11 [consult. 20 jan. 2024]. ISSN 14157705. Disponível em: [https://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao\\_e\\_divulgacao/doc\\_biblioteca/bibli\\_servicos\\_produtos/bibli\\_boletim/bibli\\_bol\\_2006/RDCons\\_n.107.07.PDF](https://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/RDCons_n.107.07.PDF).

<sup>191</sup> Diretiva n.º 2002/65/CE, ref. 135.

<sup>192</sup> *Ibidem*.

<sup>193</sup> *Ibidem*, p. 17.

<sup>194</sup> GAIO JÚNIOR, ref. 190, p. 11.

Ainda nesta toada, temos o tema relativo a contratos de crédito aos consumidores, este disciplinado pela Diretiva n.º 2008/48/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 23.04.2008, esta que revoga a Diretiva n.º 87/102/CEE do Conselho. Em seu texto, destaca-se no Capítulo VII, este referente a “Medidas de Execução”, mais precisamente no art. 22º, 1, sob a epígrafe “Harmonização e carácter imperativo da presente directiva” o seguinte enunciado: “1. Na medida em que a presente diretiva prevê disposições harmonizadas, os Estados-Membros não podem manter ou introduzir no respectivo direito interno disposições divergentes daquelas que vêm previstas na presente diretiva para além das nela estabelecidas”. É de se observar que, muito embora haja abertura para a consagração de outras regras por via do legislador interno à luz da Diretiva, nota-se a particularidade de consistir em um ato jurídico comunitário em sintonia com a harmonização máxima<sup>195</sup>.

Vale ressaltar que a recente Diretiva n.º 2023/2225<sup>196</sup> revogou a 2008/48/CE<sup>197</sup>, estabelecendo no seu artigo 42.º o nível de harmonização, conforme a sua redação:

1. Na medida em que a presente diretiva prevê disposições harmonizadas, os Estados-Membros não podem manter ou introduzir no respetivo direito nacional disposições divergentes das previstas na presente diretiva, salvo disposição em contrário nela prevista.  
2. Na pendência de uma maior harmonização, caso um Estado-Membro faça uso das opções regulamentares a que se referem o artigo 2º, n.º 5 a 8, o artigo 8º, n.º 8, o artigo 14º, n.º 2 e 3, o artigo 16º, n.º 4 e 6, o artigo 18º, n.º 11, o artigo 24º, n.º 5, o artigo 25º, n.º 6, o artigo 26º, n.º 4 e 8, o artigo 29º, n.º 4, o artigo 31º, n.º 2, o artigo 32º, n.º 4 e 5, o artigo 35º, n.º 3 e 4, o artigo 37º, n.º 3, e o artigo 41º, n.º 9, esse Estado-Membro deve notificar, sem demora, a Comissão desse facto, bem como de eventuais alterações posteriores. A Comissão deve tornar essas informações públicas num sítio Web ou por meio de outra modalidade de fácil acesso. Os Estados-Membros devem igualmente tomar as medidas adequadas para divulgar essa informação junto dos mutuantes, intermediários de crédito e consumidores nacionais<sup>198</sup>.

Conforme o Considerando 13, da Diretiva n.º 2023/2225<sup>199</sup>:

[...] a harmonização plena é necessária para garantir que todos os consumidores da União beneficiem de um nível elevado e equivalente de defesa dos seus interesses e para criar um mercado interno que funcione de forma harmoniosa. Por conseguinte, os Estados-Membros não deverão ser autorizados a manter ou introduzir disposições nacionais divergentes das previstas na presente diretiva, salvo disposição em contrário nela prevista. Todavia, essa restrição só deverá ser aplicável nos casos em que existam disposições harmonizadas na presente diretiva. Caso não existam essas disposições harmonizadas, os Estados-Membros deverão continuar a dispor da liberdade de manter ou introduzir legislação nacional. Assim, os Estados-Membros deverão ter a possibilidade de manter ou introduzir disposições nacionais relativas à responsabilidade solidária do fornecedor dos bens ou do prestador dos serviços e do mutuante. Os Estados-Membros deverão igualmente ter a possibilidade de manter ou introduzir disposições nacionais relativas à resolução dos contratos de compra e venda de bens ou de prestação de serviços nos casos em que o consumidor exerça o direito de livre revogação que lhe assiste nos termos do contrato de crédito. A esse respeito, os Estados-Membros, no caso de contratos de crédito de duração indeterminada, deverão ser autorizados a fixar um prazo mínimo a

<sup>195</sup> GAIO JÚNIOR, ref. 190.

<sup>196</sup> Diretiva n.º 2023/2225. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Estrasburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 30-10-2023, L, pp. 1-67 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2023/2225/oj?locale=pt>.

<sup>197</sup> Diretiva n.º 2008/48/CE. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Estrasburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 22-05-2008, n.º L133, pp. 66-92 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <http://data.europa.eu/eli/dir/2008/48/oj>.

<sup>198</sup> *Ibidem*, p. 49.

<sup>199</sup> Tal diretiva trata sobre os contratos de crédito aos consumidores e revoga a Diretiva n.º 2008/48/CE.

decorrer entre o momento em que o mutuante solicita o reembolso e o dia em que o crédito tem de ser reembolsado<sup>200</sup>.

A Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>201</sup> estabelece que os Estados-Membros devem aderir às disposições nela contidas, sem introduzir regras que se desviem dessas disposições, a menos que a própria diretiva permita o contrário. Essa diretiva modifica a Diretiva n.º 93/13/CEE<sup>202</sup> do Conselho e a Diretiva n.º 1999/44/CE<sup>203</sup> do Parlamento Europeu e do Conselho, revogando também a Diretiva n.º 85/577/CEE<sup>204</sup> do Conselho e a Diretiva n.º 97/7/CE<sup>205</sup> do Parlamento Europeu e do Conselho.

Em seu artigo 4.º, sob o título “Nível de harmonização”, estabelece-se um contexto de harmonização máxima, indicando que os Estados-Membros não devem manter ou introduzir disposições divergentes das previstas na diretiva, a menos que a própria diretiva permita isso<sup>206</sup>. De forma geral, a Diretiva n.º 2023/2673<sup>207</sup> traz importantes alterações à Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>208</sup>, a qual, por sua vez, já havia sido modificada anteriormente pela própria Diretiva n.º 2011/83/UE. Tais mudanças visam atualizar e aprimorar as disposições relativas aos direitos dos consumidores no contexto da UE.

Uma das principais razões para essas alterações é garantir um maior nível de proteção aos consumidores, adaptando as regulamentações às novas realidades do mercado e às tecnologias emergentes. Com o avanço do contrato eletrônico e das transações *on-line*, é crucial que os direitos dos consumidores estejam devidamente salvaguardados. A Diretiva n.º 2023/2673<sup>209</sup> visa promover a harmonização das leis dos Estados-Membros no que diz respeito aos direitos dos consumidores, reduzindo assim as disparidades regulatórias e facilitando o comércio transfronteiriço dentro da UE.

Por outro lado, a recente Diretiva n.º 2023/2225<sup>210</sup> revogou a 2008/48/CE<sup>211</sup>, que tratava especificamente dos contratos de crédito aos consumidores. Essa revogação pode ser vista como parte dos esforços contínuos para simplificar e consolidar a

---

<sup>200</sup> Diretiva n.º 2023/2225, *op. cit.*, p. 2.

<sup>201</sup> Importante ressaltar que a Diretiva n.º 2023/2673 altera a Diretiva n.º 2011/83/UE que altera a Diretiva n.º 2011/83/UE no que respeita aos contratos de serviços financeiros celebrados à distância e que revoga a Diretiva n.º 2002/65/CE. Para mais, ver: Considerandos 12, 13, 14, 37 e artigo 1.º.

<sup>202</sup> Diretiva n.º 93/13/CEE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Luxemburgo: Conselho das Comunidades Europeias, 21-04-1993, n.º L95, pp. 29-34 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:31993L0013>.

<sup>203</sup> Diretiva n.º 1999/44/CE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 07-07-1999, n.º L171, pp. 12-16. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A31999L0044>.

<sup>204</sup> Diretiva n.º 85/577/CEE, ref. 163.

<sup>205</sup> Diretiva n.º 97/7/CE, ref. 173.

<sup>206</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10, p. 74.

<sup>207</sup> Diretiva n.º 2023/2673. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Estrasburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 28-11-2023, L, pp. 1-21 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=OJ%3AL\\_202302673](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=OJ%3AL_202302673).

<sup>208</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, *op. cit.*

<sup>209</sup> Diretiva n.º 2023/2673, *op. cit.*

<sup>210</sup> Diretiva n.º 2023/2225, ref. 196.

<sup>211</sup> Diretiva n.º 2008/48/CE, ref. 197.

legislação da UE, eliminando disposições obsoletas e garantindo uma abordagem mais coerente e eficaz em relação aos direitos e proteções dos consumidores.

Essas mudanças legislativas refletem o compromisso da UE em promover um ambiente de consumo justo e seguro, assegurando que os consumidores tenham acesso a informações claras, direitos sólidos e proteções adequadas em todas as transações comerciais. Essas diretrizes buscam uma maior convergência nas práticas comerciais e nos direitos dos consumidores dentro da UE.

No entanto, como destacado por Gaio Júnior<sup>212</sup>, a aplicação da harmonização máxima pode suscitar preocupações sobre segurança jurídica e proteção dos consumidores em certas circunstâncias, especialmente quando os Estados-membros possuem diferentes níveis de proteção legislativa. Portanto, é crucial encontrar um equilíbrio entre a harmonização das leis e a capacidade dos Estados-membros de adaptar as diretrizes às suas necessidades específicas, garantindo assim uma proteção eficaz dos consumidores em todo o mercado único europeu.

O direito de arrependimento em Portugal tem as suas raízes nas diretivas da UE, em especial na Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>213</sup>, transposta para a legislação portuguesa pelo DL n.º 24/2014<sup>214</sup>, o qual estabelece um período de 14 dias para que os consumidores possam desistir de contratos celebrados à distância ou, ainda, fora do estabelecimento comercial, sem necessidade de justificação e sem penalização. Essa regulamentação reflete o compromisso de Portugal em proteger os direitos dos consumidores, alinhando-se com as normas europeias e reforçando a garantia de um consumo justo e seguro.

O direito de arrependimento em Portugal também é regulamentado por outras normativas, como o CC português<sup>215</sup>, que trata dos contratos em geral, e o CDC<sup>216</sup>, que estabelece direitos e garantias para os consumidores. Essa evolução legislativa reflete o compromisso de Portugal em garantir maior proteção aos consumidores, alinhando-se a princípios e diretrizes instituídos pela UE em matéria de direitos do consumidor.

---

<sup>212</sup> GAIO JÚNIOR, ref. 190.

<sup>213</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>214</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>215</sup> Decreto-Lei n.º 47.344/66 [Código Civil]. *Diário do Governo*, 1ª Série [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 25-11-1966, n.º 274, pp. 1883-2086. [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/47344-1966-477358>.

<sup>216</sup> NEGRÃO, ref. 6.

### **3 O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO BRASIL E EM PORTUGAL: fundamentos e aplicações**

O direito de arrependimento é uma importante ferramenta legal que visa proteger os consumidores em diversas modalidades de contratação, notadamente nos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial. Este capítulo aborda de forma detalhada as nuances desse direito, começando pela explanação dos conceitos e características que o definem.

Em seguida, serão discutidas as diferentes denominações atribuídas ao direito de arrependimento e as formas de exercê-lo, destacando os prazos e as modalidades de rescisão contratual, como a resolução, revogação e retratação do contrato. Posteriormente, serão analisados os efeitos decorrentes do exercício do direito de arrependimento, tanto para o consumidor quanto para o fornecedor.

Por fim, serão abordadas as exceções a esse direito, o abuso do direito por parte do consumidor e o dever de informação do fornecedor, visando proporcionar uma compreensão abrangente e aprofundada desse tema fundamental no âmbito das relações de consumo.

#### **3.1 Conceito e características**

O direito de arrependimento é uma prerrogativa assegurada aos consumidores em diversas legislações ao redor do mundo, visando equilibrar as relações contratuais e proteger os interesses dos adquirentes em transações comerciais. Neste tópico, serão explorados os conceitos e características fundamentais do direito de arrependimento, com especial atenção aos seus fundamentos. Entender os princípios que embasam o direito de arrependimento é essencial para uma análise abrangente e crítica dessa importante ferramenta jurídica na proteção dos consumidores.

Ao examinar os fundamentos do direito de arrependimento, será possível compreender os pilares sobre os quais se sustenta e as razões que justificam a sua existência e aplicação nas relações de consumo contemporâneas. Na esfera jurídica das relações de consumo, o conceito do direito de arrependimento assume um papel central na proteção dos consumidores em transações comerciais.

O DL n.º 24/2014<sup>217</sup>, ao regulamentar os contratos celebrados à distância ou fora do estabelecimento, estabelece um direito de arrependimento ao consumidor, denominado “direito de livre resolução” nos artigos 10.º a 17.º<sup>218</sup>. Esse direito confere ao consumidor a prerrogativa de rescindir o contrato sem incorrer em despesas

---

<sup>217</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>218</sup> CARVALHO, ref. 31.

adicionais, exceto aquelas previstas no § 3 do artigo 12.º e no artigo 13.º, quando aplicável<sup>219</sup>.

No âmbito do DL n.º 24/2014<sup>220</sup>, de 14 de fevereiro, o direito de arrependimento é delineado como a faculdade que o consumidor possui de efetuar a resolução do contrato no prazo de 14 dias, sem a obrigação de fornecer qualquer justificativa para tal ato. Esse dispositivo legal<sup>221</sup> visa garantir que o consumidor tenha a oportunidade de revisar a sua decisão de contratar e, caso deseje, desistir do negócio, assegurando-lhe uma proteção essencial em face de situações adversas ou de arrependimento após a celebração do contrato.

O direito de arrependimento representa a faculdade concedida ao consumidor de rescindir voluntariamente um contrato, sem a necessidade de explicar os motivos à outra parte envolvida. Esse direito pode ser estabelecido tanto pela legislação quanto pelo próprio contrato. Encontra-se previsto em diversos dispositivos legais sob diferentes denominações. Por exemplo, no artigo 9.º-7 da Lei n.º 24/96<sup>222</sup>, no artigo 10.º do DL n.º 24/2014<sup>223</sup>, no artigo 19.º do DL n.º 95/2006<sup>224</sup>, no artigo 17.º do DL n.º 133/2009<sup>225</sup>, no artigo 26.º do DL n.º 17/2018<sup>226</sup>, e nos artigos 16.º, 19.º e 49.º do DL n.º 275/93<sup>227</sup>.

O direito de arrependimento, caracterizado como a faculdade concedida ao consumidor de se desvincular voluntariamente de um contrato, sem a necessidade de apresentação de justificativas à contraparte, é um tema amplamente regulado no ordenamento jurídico português. Esse direito pode derivar tanto de disposições legais específicas quanto de cláusulas contratuais estipuladas pelas partes envolvidas.

---

<sup>219</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>220</sup> *Ibidem*.

<sup>221</sup> No contexto do direito de retratação em contratos celebrados à distância, a Diretiva estabelece um prazo de 14 dias para que o consumidor possa exercê-lo, sem a necessidade de justificar a sua decisão. Esse prazo é contado a partir da entrega do suporte material, a qual deve ocorrer dentro do prazo máximo de 30 dias (conforme estipulado nos artigos 17.º/1 e 18.º/1). Nos casos em que o contrato envolve o fornecimento de conteúdos digitais sem suporte material, o prazo para exercer o direito de retratação inicia-se a partir da data da celebração do contrato (conforme disposto no artigo 9.º/1-2c). O DL n.º 24/2014 denomina esse direito como “direito de livre resolução” (art. 10º), seguindo a mesma nomenclatura do anterior DL n.º 143/2001. Essa diferenciação na nomenclatura não altera a essência do direito, que consiste na possibilidade de rescindir o contrato sem incorrer em custos adicionais, exceto os previstos no n.º 3 do artigo 12.º e no artigo 13.º, quando aplicável. Além disso, o consumidor não precisa fornecer um motivo para exercer esse direito, podendo fazê-lo dentro do prazo de 14 dias a contar: a) do dia em que o consumidor ou um terceiro, exceto o transportador, indicado pelo consumidor, adquira a posse física dos bens (o que deve ocorrer dentro do prazo de 30 dias nos casos de contratos de compra e venda, como na comercialização de conteúdos digitais fornecidos em suporte material); b) do dia da celebração do contrato, nos casos de contratos de fornecimento de conteúdos digitais que não sejam fornecidos em suporte material. Ver: MONTEIRO, A. P. *Estudos de direito do consumidor*. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2019. ISSN 16460375.

<sup>222</sup> Lei n.º 24/96, ref. 33.

<sup>223</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>224</sup> DL n.º 95/2006, ref. 134.

<sup>225</sup> Decreto-Lei n.º 133/2009. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 02-06-2009, n.º 106, pp. 3438-3452 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/133-2009-494264>.

<sup>226</sup> Decreto-Lei n.º 17/2018. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 08-03-2018, n.º 48, pp. 1215-1234 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/17-2018-114832293>.

<sup>227</sup> Decreto-Lei n.º 275/93. *Diário da República, 1ª Série-A* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 05-08-1993, n.º 182, pp. 4194-4204 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/275-1993-357148>.

Em suma, para uma compreensão mais abrangente do direito de arrependimento no contexto jurídico português, é fundamental analisar os diversos dispositivos legais que o regulam. O artigo 9.º-7 da Lei n.º 24/96<sup>228</sup>, por exemplo, remete para o regime jurídico do direito de livre resolução previsto no DL n.º 24/2024, artigos 10.º a 17.º. Além disso, o artigo 10.º *et seq.* do DL n.º 24/2014<sup>229</sup> expande e delimita as circunstâncias em que o consumidor pode exercer essa prerrogativa. Essa multiplicidade de normativas indica a importância atribuída pelo legislador a essa proteção ao consumidor, permitindo uma adaptação às particularidades de diferentes setores e transações.

Não menos significativa é a abordagem presente no DL n.º 275/93<sup>230</sup>, que, nos artigos 16.º, 19.º e 49.º, consolida diretrizes essenciais para a compreensão do direito de arrependimento em contratos específicos, proporcionando um arcabouço normativo robusto. No presente trabalho, apenas analisaremos o instituto do direito de arrependimento à luz do DL n.º 24/2014<sup>231</sup>.

Gomide<sup>232</sup> aponta como o melhor conceito de direito de arrependimento é a compreensão de “todas as hipóteses em que a lei concede a um dos contratantes a faculdade de, em prazo determinado e sem contrapartida, desvincular-se de um contrato através de declaração unilateral e imotivada”.

Assim, o direito de livre resolução ou direito de arrependimento configura-se como um direito potestativo conferido ao consumidor, que lhe permite desvincular-se de um contrato celebrado, sem necessidade de apresentar qualquer motivo ou justificativa. Esse direito encontra fundamento na proteção do consumidor, reconhecendo a sua vulnerabilidade em determinadas situações contratuais.

No ponto de vista sociológico, Barros<sup>233</sup> entende que:

[...] o direito de arrependimento serve para contrapor a força econômica dominante e opressora do fornecedor em face da vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor. Mais que isso: revelou-se para balancear os métodos agressivos de comercialização, em que o consumidor é muitas vezes surpreendido e persuadido, envolvidos pela abordagem excessiva e práticas de publicidade exagerada, acabam por adquirir produtos sem refletir sobre a real necessidade de aquisição.

Em termos de natureza jurídica, o direito de arrependimento é classificado como um direito potestativo, o qual, no entendimento de Monteiro, Pinto e Pinto<sup>234</sup>, consiste no poder conferido “pela ordem jurídica a uma pessoa de, por um ato livre de vontade

---

<sup>228</sup> Lei n.º 24/96, ref. 33.

<sup>229</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>230</sup> DL n.º 275/93, ref. 227.

<sup>231</sup> DL n.º 24/2014, *op. cit.*

<sup>232</sup> GOMIDE, ref. 158, p. 78.

<sup>233</sup> BARROS, ref. 147, pp. 816-817.

<sup>234</sup> MONTEIRO, A. P., PINTO, C. A. M. e PINTO, P. M. *Teoria geral do direito civil*. 5.ª ed. Coimbra: Gestlegal, 2020, p. 179.

só de per si ou integrado num ato de uma autoridade pública, produzir determinados efeitos jurídicos que inevitavelmente se impõem à contraparte”.

É importante destacar que se trata de um direito personalíssimo, não podendo ser transferido a terceiros. Para Rebelo<sup>235</sup>, o direito de livre resolução se revela essencial no conjunto dos direitos que a lei reconhece ao consumidor. A par com o direito à informação, mostra-se como um instrumento poderoso do direito do consumidor, para garantir o equilíbrio nas relações do consumo e a proteção do consumidor.

O direito de livre resolução assume um papel fundamental no âmbito da legislação portuguesa de defesa do consumidor. Mais do que um mero direito, configura-se como um instrumento poderoso que visa corrigir os desequilíbrios inerentes às relações de consumo e garantir a proteção do consumidor.

A importância do direito de arrependimento reside na sua capacidade de empoderar o consumidor, conferindo-lhe a liberdade de desvincular-se de um contrato celebrado, sem necessidade de apresentar qualquer motivo ou justificativa. Essa prerrogativa se torna ainda mais relevante em um contexto de mercado cada vez mais dinâmico e complexo, onde as decisões de compra podem ser tomadas de forma impulsiva ou sob a influência de fatores externos.

Ao permitir que o consumidor reconsidere a sua decisão, o direito de arrependimento atua como um mecanismo de proteção contra práticas abusivas e compras indesejadas. Ele contribui para a criação de um ambiente de consumo mais justo e equilibrado, onde os consumidores são livres para tomar decisões conscientes e responsáveis.

Para além da sua função protetiva, o direito de arrependimento também possui um importante papel na promoção da confiança nas relações de consumo. Ao garantir que o consumidor possa desfazer um negócio sem qualquer ônus, esse direito incentiva a realização de compras, impulsionando a atividade económica e o desenvolvimento do mercado. No entanto, é importante salientar que o direito de arrependimento não é absoluto. A legislação portuguesa estabelece algumas exceções, como no caso de bens perecíveis ou personalizados, ou de serviços já parcialmente executados<sup>236</sup>.

No âmbito do direito do consumo, o direito de arrependimento destaca-se como uma figura emblemática, sendo reconhecido como um dos institutos mais inovadores e autônomos desse campo. Sua emergência teve como propósito principal solucionar as

---

<sup>235</sup> REBELO, F. M. N. O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da proteção do consumidor. In: A. F. CORREIA, O. CARVALHO e V. L. XAVIER, eds. *Nos 20 anos do Código das Sociedades Comerciais: homenagem aos professores doutores A. Ferrer Correia, Orlando de Carvalho e Vasco Lobo Xavier*. Coimbra: Coimbra, 2007, p. 3. ISBN 9789723215403.

<sup>236</sup> O artigo 17.º do DL n.º 24/2014 contém o elenco das exceções ao direito de livre resolução.

lacunas identificadas no regime geral de invalidade dos vícios da vontade, com especial atenção para situações de coação e erro<sup>237</sup>.

O regime geral da invalidade dos vícios da vontade, embora importante, apresentava lacunas na proteção do consumidor. A coação, por exemplo, muitas vezes era difícil de comprovar, deixando o consumidor à mercê de práticas abusivas. Já o erro, muitas vezes era induzido por informações enganosas ou omissões por parte do fornecedor.

Assim, o direito de arrependimento surge como uma solução inovadora para essas falhas. Ao permitir que o consumidor desista de um contrato celebrado sem necessidade de apresentar qualquer motivo ou justificativa, esse instituto garante maior proteção contra práticas abusivas e compras impulsivas. Nessa toada, o direito de arrependimento reconhece e consolida a autonomia do consumidor. Ele permite que este reconsidere a sua decisão de compra, sem sofrer qualquer prejuízo, emponderando-o e promovendo relações de consumo mais justas e equilibradas.

Em um mercado onde a assimetria de informação e poder entre consumidores e empresas é uma realidade constante, o direito de arrependimento surge como um escudo fundamental contra práticas abusivas e decisões precipitadas. Mais do que um mero direito individual, ele se configura como um pilar da justiça social, garantindo a proteção dos mais vulneráveis nas relações de consumo.

Carvalho<sup>238</sup> destaca que:

[...] a sua origem remonta aos anos [19]70, em áreas específicas da legislação de alguns países europeus. Em Portugal, a figura foi recebida por via do direito europeu, com a transposição da Diretiva 85/577/CEE pelo DL 272/87, entretanto revogado. A lei utiliza expressões diferentes para designar a mesma realidade ou realidades próximas, não sendo o critério da designação legal um elemento determinante para a interpretação e qualificação da natureza do direito atribuído em cada caso. A inclusão ou exclusão de um caso do âmbito da expressão direito de arrependimento depende da sua definição e, portanto, do número de elementos que se entende serem caracterizadores da figura.

A citação acima destaca a complexa relação entre as diversas terminologias utilizadas pela lei para designar realidades jurídicas semelhantes. O texto indica que a mera designação legal não é um fator determinante para a interpretação e qualificação da natureza do direito atribuído em cada caso.

Em outras palavras, o critério da designação legal não deve ser o único parâmetro considerado na análise de um direito específico. É fundamental analisar a definição do direito em questão, bem como os elementos que o caracterizam, para determinar a sua natureza jurídica. A inclusão ou exclusão de um caso do âmbito da expressão direito de arrependimento depende da compreensão dos elementos que configuram essa figura

---

<sup>237</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>238</sup> *Ibidem*, p. 281.

jurídica. A definição precisa do direito de arrependimento é fundamental para determinar se um caso específico se encaixa ou não nesse conceito<sup>239</sup>.

Seguindo essa vertente de interpretação, Carvalho<sup>240</sup> conceitua o direito de arrependimento como a “faculdade de, em prazo determinado e sem contrapartida, se desvincular de um contrato através de declaração unilateral e imotivada”. Alicerçado nos princípios fundamentais do direito do consumidor, o direito de arrependimento emerge como uma salvaguarda essencial, conferindo ao indivíduo a prerrogativa de se desvincular de um contrato previamente firmado, por meio de uma declaração unilateral e imotivada, dentro de um prazo determinado e sem imposição de contrapartida.

Esse direito, consagrado como um mecanismo de defesa do consumidor, revela-se crucial na busca pelo equilíbrio nas relações contratuais. Trata-se de uma manifestação clara da legislação que visa assegurar ao consumidor a autonomia necessária para revisitar as suas escolhas, promovendo uma dinâmica mais justa e equitativa nas transações comerciais.

O cerne desse direito repousa na compreensão de que as decisões de compra podem ser influenciadas por diversos fatores, como informações incompletas, pressões externas ou até mesmo impulsos momentâneos. Nesse contexto, o direito de arrependimento proporciona ao consumidor a oportunidade de reconsiderar a sua decisão, sem a imposição de ônus desproporcionais.

O prazo determinado para exercer tal prerrogativa, delineado pela legislação vigente, atua como baliza temporal para a efetivação do arrependimento, proporcionando segurança jurídica a ambas as partes envolvidas na transação. Essa delimitação temporal, aliada à ausência de exigência de justificativas, consolida a natureza unilateral e imotivada desse direito, reforçando seu caráter protetivo.

É imperativo destacar que o direito de arrependimento não apenas fortalece a posição do consumidor, mas também contribui para a promoção de práticas comerciais éticas. A transparência e a boa-fé nas relações entre consumidores e fornecedores são inegavelmente fomentadas por esse mecanismo, conferindo credibilidade ao sistema e construindo alicerces sólidos para um ambiente de consumo saudável e responsável. Carvalho<sup>241</sup> conceitua o instituto do direito ao arrependimento a partir da análise de cinco elementos: fonte, o prazo, o preço, a unilateralidade e o fundamento. Analisar-se-á cada um desses elementos, a começar pela fonte.

No que tange à fonte, a delimitação do direito de arrependimento restringe-se, na definição citada, aos casos em que este é concedido pela lei. Contudo, um direito similar conferido contratualmente a uma das partes não deve ser excluído da concepção, desde

---

<sup>239</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>240</sup> *Ibidem*, p. 281.

<sup>241</sup> *Ibidem*.

que contenha os elementos essenciais inerentes a essa prerrogativa. É plausível, portanto, que o direito de arrependimento do consumidor encontre a sua origem em fonte contratual<sup>242</sup>.

As partes envolvidas possuem a autonomia de estabelecer um período durante o qual o contrato pode ser rescindido, mediante declaração do consumidor. Tal prática, embasada em políticas de satisfação do cliente, é percebida, equivocadamente por muitos, como de caráter obrigatório. Importa ressaltar que não existem normas específicas regulamentando o direito de arrependimento de fonte contratual, sendo seu regime jurídico aquele que as partes determinarem. Todavia, Carvalho<sup>243</sup> menciona que é imperativo observar que as partes não detêm a prerrogativa de modificar o regime aplicável a um caso de direito de arrependimento proveniente de fonte legal.

O prazo para o exercício do direito representa um componente significativo, embora não essencial, dessa prerrogativa, uma vez que a própria concepção de arrependimento pressupõe uma proximidade temporal (tendencial) com o contrato. Este não se caracteriza como uma desvinculação a qualquer momento, desassociada tanto do processo de celebração quanto do contato direto com o bem ou serviço. Em casos de contratos de longa duração, a desvinculação do contrato por meio de uma declaração dirigida por uma das partes à outra é denominada denúncia<sup>244</sup>.

No que diz respeito ao preço, Carvalho<sup>245</sup> explica que a questão central se refere à ausência de contrapartidas a serem pagas pela parte que opta por exercer o direito de arrependimento, ou seja, o consumidor. Não parece constituir um elemento essencial nesse contexto. Por um lado, admitindo-se o direito de arrependimento com base em um contrato, não seria inadmissível que o consumidor adquirisse tal prerrogativa mediante uma contrapartida financeira.

Entretanto, é evidente que, em uma situação extrema na qual o preço equivale ao valor do bem ou do serviço, a concessão desse direito torna-se redundante e potencialmente enganosa. Por outro lado, surge a consideração sobre o exercício desse direito quando há a imposição ao consumidor do ônus de arcar com algumas ou todas as despesas incorridas pelo profissional visando o cumprimento do contrato<sup>246</sup>.

Quanto à unilateralidade, esta mostra-se como uma característica fundamental do direito de arrependimento. Dessa forma, a parte tem o poder de exercer esse direito por meio de uma declaração, mesmo que a outra parte não concorde. Se ambas as partes concordarem com a rescisão do contrato, o termo adequado é “revogação” do contrato.

---

<sup>242</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>243</sup> *Ibidem*.

<sup>244</sup> *Ibidem*.

<sup>245</sup> *Ibidem*.

<sup>246</sup> *Ibidem*.

Carvalho<sup>247</sup> indica que a ausência da necessidade de indicar um motivo para o exercício desse direito também é uma característica crucial do direito de arrependimento, tornando-o distintivo em comparação com figuras semelhantes.

Em outras palavras, mesmo que o profissional tenha cumprido pontualmente o contrato e o bem ou serviço apresente alta qualidade, o consumidor ainda mantém o direito de desvincular-se unilateralmente do contrato. Portanto, Carvalho<sup>248</sup> define o direito de arrependimento como a prerrogativa legal ou contratual concedida ao consumidor para se desvincular unilateralmente de um contrato, sem a obrigação de justificar a sua decisão.

A ausência de fundamento pode ser considerada como uma característica essencial e distintiva desse direito. Isso destaca a autonomia do consumidor em encerrar a transação, mesmo que esteja satisfeito com a qualidade do produto ou serviço<sup>249,250</sup>. A afirmação acerca da extinção do negócio que assenta num mero critério subjetivo sublinha a ideia de que a decisão de encerrar a transação é baseada exclusivamente na perspectiva subjetiva do consumidor, sem depender de critérios objetivos ou justificativas tangíveis.

Esse panorama reflete a flexibilidade e autonomia concedidas ao consumidor pelo direito de arrependimento, sublinhando a sua capacidade de rescindir o contrato de forma imotivada e arbitrária, dentro dos limites estabelecidos pela legislação. Nessa ótica, resta evidente a importância de se compreender a dinâmica desse direito na relação entre consumidores e profissionais, destacando a relevância do critério subjetivo na extinção do negócio.

Conforme análise de Frota<sup>251</sup>, o direito de retratação se destaca por três aspectos fundamentais: a impossibilidade de ser motivado, a necessidade de indenização e a impossibilidade de renúncia (imotivabilidade, inindenizabilidade e irrenunciabilidade). Ademais, é crucial ressaltar que se trata de um direito temporário e facultativo.

A imotivabilidade do direito de retratação se baseia no fato de que o consumidor não precisa justificar a sua decisão de exercê-lo. A outra parte envolvida no contrato não pode exigir uma explicação para o exercício desse direito, o que o torna fundamentalmente discricionário<sup>252</sup>.

---

<sup>247</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>248</sup> *Ibidem*.

<sup>249</sup> *Ibidem*.

<sup>250</sup> SOUSA, ref. 35.

<sup>251</sup> FROTA, M. Do regime jurídico do crédito ao consumidor na União Europeia e seus reflexos em Portugal: a inversão do paradigma. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo* [em linha]. 2011, vol. 20, n.º 78, p. 64 [consult. 15 jan. 2024]. ISSN 22371168. Disponível em: <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/72773>.

<sup>252</sup> LOUREIRO, F. S. Do direito de desistência ou de retratação no contrato de crédito ao consumidor. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo* [em linha]. 2015, vol. 5, n. 18, pp. 121-141. ISSN 22371168. Disponível em: <http://bdjur.stj.jus.br/dspace/handle/2011/92454>.

É essencial compreender que esse direito é potestativo do consumidor conforme pontua Loureiro<sup>253</sup>, o que significa que, caso ele decida exercê-lo, os efeitos desse exercício serão aplicados à contraparte no campo jurídico, mesmo que esta se oponha ao seu exercício. Em outras palavras, a contraparte fica sujeita às consequências do exercício do direito de retratação pelo consumidor, independentemente de sua concordância, pois esse direito é exercido pela vontade unilateral do consumidor — como resulta da definição doutrinal apresentada *supra* de direito potestativo.

Conforme Frota<sup>254</sup> observa, o direito de arrependimento, também conhecido como direito de retratação, é caracterizado como um direito temporário estabelecido pela lei, o que implica que seu exercício está sujeito a um período determinado pela legislação; e caso não seja respeitado, perde a sua validade. Dentro desse intervalo de tempo, se o consumidor optar por exercer esse direito, não será exigido nenhum pagamento financeiro em contrapartida, o que confere à característica de indenizabilidade ou ausência do dever de indenizar.

No entanto, é importante considerar algumas exceções a essa regra, como a previsão de pagamento de juros sobre o capital em contratos de crédito ao consumo. Nesse caso, Frota<sup>255</sup> destaca que embora o consumidor seja obrigado a fazer um pagamento financeiro, não é interpretado como uma indenização, mas sim como uma compensação justa pelo uso do montante de capital emprestado, e não pelo exercício do direito de retratação em si.

Além disso, o direito de retratação é exercido por meio de uma declaração unilateral não receptícia, o que significa que é eficaz desde que seja emitida dentro do prazo estabelecido pela lei. Dessa forma, não é relevante se a contraparte recebeu ou não a declaração dentro do prazo especificado para o exercício desse direito<sup>256</sup>.

Acerca do assunto, Barros<sup>257</sup>:

São características pacíficas e aceitas pela doutrina sobre o direito de arrependimento: a) direito discricionário, independentemente de qualquer justificção para produzir efeitos (únicos pressupostos são atinentes ao prazo e modo de exercício); b) direito potestativo, exercido por declaração lateral e não receptícia, alcançando eficácia desde o momento em que é emitida dentro do prazo, ainda que a outra parte só venha conhecê-la depois de expirado o prazo de resolução; c) caracterizado como uma forma de extinção legal dos efeitos do negócio jurídico e opera de forma retroativa; d) direito temporário *ex lege*, uma vez que caduca com o prazo fixado legalmente para o seu exercício; e) uma vez exercido, não há qualquer tipo de sanção, em que pese produza efeitos relativamente a terceiros.

É importante concluir essa descrição destacando a impossibilidade de renúncia a esse direito, mesmo que as partes cheguem a um acordo. A legislação estabelece

---

<sup>253</sup> LOUREIRO, ref. 252.

<sup>254</sup> FROTA, ref. 251.

<sup>255</sup> *Ibidem*.

<sup>256</sup> *Ibidem*.

<sup>257</sup> BARROS, ref. 1, p. 123.

claramente que o consumidor não pode abrir mão desse direito. Portanto, é fundamental compreender as consequências dessa “desistência”, seus efeitos e como esse processo ocorre<sup>258</sup>.

### 3.1.1 Fundamentos do direito de arrependimento

O direito de arrependimento ou de retratação é uma prerrogativa legal conferida ao consumidor que permite a rescisão unilateral de um contrato, sem a necessidade de apresentar justificativas à outra parte contratante. Entende Carvalho<sup>259</sup> não haver uma norma abrangente no direito do consumidor que conceda o direito de arrependimento em todos os contratos.

Portanto, a prerrogativa de arrependimento só pode ser efetivada nos casos em que esteja expressamente prevista na legislação ou no próprio contrato. No tocante ao direito de arrependimento derivado de acordos contratuais, é importante observar que este pode ser estabelecido de forma consensual entre as partes, sendo geralmente fundamentado na promoção por parte de um profissional ou na oferta de determinados bens ou serviços<sup>260</sup>.

Barata<sup>261</sup> considera, no que se refere à atribuição de direitos de livre desvinculação a favor do consumidor, a existência de uma relação intrínseca com a vulnerabilidade deste no contexto dos contratos de consumo. A concessão desses direitos, embora genérica em sua essência, encontra justificativas sólidas nos procedimentos negociais agressivos e excessivamente persuasivos, especialmente nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.

O consumidor, muitas vezes submetido a uma significativa pressão psicológica resultante de práticas comerciais questionáveis, encontra-se em uma posição desvantajosa, conforme pontua Barata<sup>262</sup>. A conjunção de procedimentos negociais frequentemente agressivos, aliados ao fator surpresa, compromete a capacidade do consumidor de tomar decisões refletidas e ponderadas. A falta de liberdade de decisão e a ausência de reais oportunidades para comparar condições, preços e características dos bens adquiridos são evidências dessa desigualdade nas relações contratuais.

---

<sup>258</sup> BARROS, ref. 1.

<sup>259</sup> CARVALHO, ref. 31.

<sup>260</sup> Carvalho (2022, p. 283) argumenta que: “trata-se de uma estratégia de marketing respaldada legalmente com o objetivo de atrair e fidelizar clientes”. O autor menciona que Reid Hoffman e Ben Casnocha, em referência ao caso da Zappos, faz a oferta de um serviço de atendimento ao cliente excepcional, incluindo um período de devolução estendido para 365 dias, em contraste com os tradicionais 30 dias oferecidos por outras lojas *on-line*, contribuiu para a reputação da empresa. A possibilidade de desistência do contrato funciona como um incentivo para que o consumidor adquira o produto ou serviço, com a perspectiva de que, mesmo que o direito seja concedido, a sua utilização efetiva é menos comum do que a sua não utilização.

<sup>261</sup> BARATA, C. L. Direito de livre desvinculação do consumidor. In: R. P. C. M. ATAÍDE, F. R. ROCHA e V. P. FIDALGO, coords. *Estudos de direito do consumo*. Coimbra: Almedina, 2023, vol. 1, pp. 707-766. ISBN 9789894008958.

<sup>262</sup> *Ibidem*.

Nesse entendimento, enfatiza Meirelles<sup>263</sup> (2008, p. 20) que:

[...] o mais comum dos fundamentos centra-se no fato de constituir o direito ao arrependimento em um período de *cooling off*, destinado à reflexão, para que o consentimento outorgado pelo consumidor possa refletir sua real vontade em contratar, evitando compras por impulso, resultantes de uma decisão precipitada e, na maioria das vezes, determinada por técnicas agressivas de *marketing* largamente utilizada na comercialização dos produtos e serviços.

Ao oferecer esse período de reflexão, o direito ao arrependimento age como uma salvaguarda contra o impulso momentâneo, possibilitando que o consumidor pondere sobre a sua necessidade real do produto ou serviço e avalie se a transação é realmente vantajosa para ele. Isso promove uma relação mais equilibrada entre consumidor e fornecedor, garantindo que as decisões de compra sejam tomadas de forma mais consciente e informada, em vez de serem influenciadas por estratégias de marketing agressivas que visam apenas fechar o negócio a qualquer custo.

Destaca-se, sobretudo, a problemática nos contratos relativos ao direito real de habitação periódica e na aquisição de direitos de habitação turísticas. Nesses casos, a aplicação do direito de livre desvinculação emerge como uma ferramenta essencial para permitir que o consumidor reconsidere a sua decisão de vinculação contratual. A pressão psicológica, frequentemente exercida em ambientes desconhecidos, somada a promessas muitas vezes ilusórias, justifica a necessidade de salvaguardar o consumidor contra contratos firmados sob condições adversas<sup>264</sup>.

A respeito do assunto, Carvalho<sup>265</sup> afirma que:

[...] o direito de arrependimento é conferido nos contratos relativos a direitos de habitação turística (arts. 16º, 19º e 49º do DL 275/93) por três razões principais. Em primeiro lugar, estes direitos são, desde sempre, essencialmente transmitidos por via de contratos celebrados na sequência de técnicas de comercialização agressiva. No entanto, este regime não se aplica aos contratos relativos a bens imóveis, o que justificou a necessidade de prever especificamente este direito. A segunda razão é a desconfiança da lei em relação à circunstância de o consumidor querer efetivamente celebrar um contrato relativo a direitos de habitação turística. A terceira razão, ligada a esta última, consiste na necessidade de proteger o consumidor com o objetivo de promover e regular a atividade turística, evitando situações de abuso por parte de algumas empresas. A conjugação destes três fatores explica a atribuição do direito, pretendendo-se que, neste caso, o consumidor reflita sobre o contrato celebrado de forma mais aprofundada do que noutros negócios.

A combinação desses três fatores justifica a concessão desse direito, visando garantir que, nesses casos, o consumidor reflita de forma mais criteriosa sobre o contrato celebrado do que em outros tipos de negócios. Esse direito proporciona uma salvaguarda crucial para os consumidores em um contexto em que a comercialização

---

<sup>263</sup> MEIRELLES, L. C. S. F. A proteção do consumidor e o direito ao arrependimento: uma ruptura com os postulados liberais dos contratos. *Revista Jurídica do Ministério Público* [em linha]. 2008, vol. 1, n.º 3, pp. 13-34 [consult. 15 jan. 2024]. E-ISSN 27641910. Disponível em: <https://revistajuridica.mppb.mp.br/revista/article/view/42>.

<sup>264</sup> *Ibidem*.

<sup>265</sup> CARVALHO, ref. 31, p. 12.

agressiva pode obscurecer a decisão informada, permitindo-lhes reconsiderar as suas escolhas e protegendo-os de possíveis práticas abusivas por parte das empresas do setor.

Além disso, essa medida contribui para a estabilidade e transparência do mercado de habitação turística, fomentando relações contratuais mais equilibradas e confiáveis entre os consumidores e os prestadores de serviços nesse segmento. Assim, a atribuição do direito de arrependimento nos contratos de direitos de habitação turística não apenas reflete uma preocupação com a proteção do consumidor, mas também serve como um mecanismo essencial para o desenvolvimento sustentável e ético do setor turístico, garantindo relações comerciais justas e transparentes.

O direito de arrependimento, seja ele decorrente de contrato ou previsto em lei, possui implicações tanto para os consumidores quanto para os profissionais envolvidos. Em situações contratuais, a presença desse direito pode encorajar o consumidor a assumir mais riscos ao firmar um acordo, sabendo que tem a opção de desistir posteriormente. Isso pode ser vantajoso, especialmente se a reputação do profissional não sofrer consequências negativas devido a esse arrependimento. Essa possibilidade de desistência, ao incentivar a contratação e promover uma maior confiança por parte do cliente, é vista como uma medida de proteção ao mercado.

Por outro lado, o direito de arrependimento também serve como um mecanismo para conter os efeitos prejudiciais sobre a concorrência que podem surgir de táticas de marketing agressivas empregadas por alguns profissionais. Ao permitir que os consumidores recuem de uma transação, esse direito age como um freio sobre práticas comerciais desleais ou excessivamente persuasivas. Dessa forma, além de proteger os interesses dos consumidores, ele também contribui para a manutenção de um ambiente de mercado mais equilibrado e justo, onde a concorrência é estimulada, mas dentro de limites éticos e legais<sup>266</sup>.

Desse modo, emerge a necessidade de reforçar os direitos de livre desvinculação como mecanismo de proteção ao consumidor, especialmente nos casos em que a vulnerabilidade é exacerbada por práticas comerciais questionáveis. A busca por um equilíbrio nas relações contratuais, com ênfase na autonomia e liberdade de escolha do

---

<sup>266</sup> Nesse sentido, defende Carvalho (2022, pp. 285-286): “Tal como referido em relação ao direito de arrependimento de fonte contratual, também nos casos em que o direito resulta da lei o profissional pode ser beneficiado pela existência do direito. Por um lado, a existência do direito pode levar o consumidor a arriscar mais, contratando por saber da possibilidade de arrependimento, o que constitui uma vantagem, em especial se a reputação do profissional não for afetada pelas incidências do negócio. Neste sentido, por incentivar a contratação, resultado de maior confiança do cliente, considera-se que o direito de arrependimento tem como fundamento a proteção do mercado. Por outro lado, permite limitar os efeitos nefastos sobre a concorrência que resultam da utilização de técnicas de comercialização especialmente agressivas por parte de alguns profissionais. Os fundamentos podem, portanto, dividir-se em quatro grupos principais: resposta a uma técnica de contratação agressiva, concedendo ao consumidor tempo para uma decisão refletida; resposta à disparidade no conhecimento sobre o bem ou serviço ou a credibilidade do profissional; proteção do contraente, tendo em conta a relevância socioeconómica do contrato; proteção do mercado, para incentivo à contratação”.

consumidor, torna-se imperativa para garantir a justiça e eficácia do sistema jurídico de proteção ao consumidor.

### **3.2 As diferentes denominações do direito de arrependimento e as formas de exercício**

Dentro do contexto do direito de arrependimento, é importante destacar as diversas denominações atribuídas a esse direito, bem como as formas de exercício que o acompanham. Vieira<sup>267</sup> elenca uma variedade de designações possíveis, destacando a amplitude e complexidade desse conceito. Entre as possíveis denominações, encontramos termos como “direito de arrependimento”, “direito de resolução”, “direito de livre resolução”, “direito de rescisão”, “direito de revogação”, “direito de livre revogação”, “direito de renúncia”, “direito de retratação”, “direito de desistir ou de desistência”, “direito de reflexão” e “direito de repensar”, cada um refletindo diferentes nuances e abordagens dentro do espectro desse direito.

A compreensão dessas diferentes designações é crucial para uma análise abrangente do direito de arrependimento e das suas implicações legais. Esses termos não apenas refletem a diversidade de abordagens adotadas pelos estudiosos e legisladores, mas também evidenciam a importância e a complexidade desse direito no contexto das relações de consumo e contratuais.

Pontua-se que a doutrina jurídica ainda não chegou a um consenso definitivo em relação à definição de um regime jurídico para o direito de arrependimento. Essa falta de unanimidade reflete a complexidade e a diversidade de perspectivas sobre o tema dentro da comunidade acadêmica e jurídica.

Alguns estudiosos argumentam que o direito de arrependimento deve ser tratado como um direito absoluto do consumidor, garantindo-lhe a possibilidade de rescindir um contrato sem a necessidade de justificativa ou penalidades. Essa abordagem enfatiza a proteção dos interesses dos consumidores e a promoção da equidade nas relações contratuais.

Por outro lado, há quem defenda que o direito de arrependimento deve ser regulamentado de forma mais restritiva, considerando os interesses de ambas as partes envolvidas no contrato. Nessa perspectiva, a liberdade de rescisão do contrato pode ser condicionada a certas circunstâncias, como o cumprimento de prazos específicos ou o ressarcimento de eventuais prejuízos causados à outra parte.

Até o momento, realizou-se a menção de um instituto que comumente tem sido denominado como direito de arrependimento, termo adotado por alguns estudiosos.

---

<sup>267</sup> VIEIRA, D. N. T. *Direito de arrependimento nos contratos de consumo* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa Porto, 2015, p. 17 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório UCP: <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/18681>.

Contudo, é importante salientar que essa denominação não é universalmente aceita pela doutrina e nem mesmo pela legislação, a qual muitas vezes se refere a esse mesmo mecanismo por meio de terminologias bastante distintas, como bem pontua Sousa<sup>268</sup>.

Com efeito, parte da doutrina faz referência a esse direito como direito de rescisão, direito de livre resolução ou direito de desistir, entre outras designações. Além disso, Sousa<sup>269</sup> menciona que a legislação portuguesa adotou diferentes designações para o mesmo conceito: enquanto em determinados diplomas o direito em questão é conhecido como direito de livre resolução, em outros é denominado como direito de livre revogação.

Adicionalmente, a legislação europeia utiliza a expressão “direito de retratação” na Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>270</sup>, divergindo dos termos empregados em diretrizes anteriores. Sousa<sup>271</sup> menciona que essa variedade terminológica pode ocasionar confusão para aqueles que aplicam a lei. Para a autora, termos como direito de livre resolução ou revogação remetem a conceitos clássicos de término de contrato, os quais não devem ser confundidos com o direito em análise. Portanto, justifica-se a utilização da designação “direito de arrependimento” para evitar equívocos entre conceitos distintos.

Frente a esse cenário, é imprescindível estabelecer uma distinção precisa entre o direito em análise e outras modalidades convencionais de encerramento de contratos, assim como outras figuras jurídicas correlatas. Essa delimitação se mostra crucial para uma compreensão precisa e aprofundada do direito de arrependimento e das suas implicações legais, respaldada pela abordagem de Sousa<sup>272</sup>.

### **3.2.1 Prazos e formas: revogação, resolução, retratação do contrato**

No âmbito do direito de arrependimento, a revogação de um contrato emerge como um aspecto de considerável relevância, caracterizando-se de forma distinta em relação à revogação em outros contextos jurídicos. Nesse contexto, a revogação pode ser entendida como a ação unilateral do consumidor, permitindo-lhe rescindir o contrato sem a exigência de fundamentos contratuais específicos<sup>273</sup>. Tal capacidade unilateral confere ao consumidor a faculdade de encerrar o contrato sem a necessidade de consentimento ou acordo prévio por parte do profissional ou da outra parte envolvida.

---

<sup>268</sup> SOUSA, ref. 35.

<sup>269</sup> *Ibidem*.

<sup>270</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>271</sup> SOUSA, *op. cit.*

<sup>272</sup> *Ibidem*.

<sup>273</sup> GOMIDE, ref. 158.

Essa dinâmica singular da revogação no direito de arrependimento constitui um elemento essencial a ser explorado e compreendido em profundidade.

A revogação é uma forma de extinguir o vínculo contratual mediante uma declaração que vai de encontro àquela que originou o contrato, podendo ser resultado de um acordo entre as partes ou ser unilateral, em casos específicos. Uma característica distinta da revogação é a possibilidade, em certos casos, de ser implícita, demonstrada pelo comportamento de uma das partes indicando desinteresse na manutenção do contrato<sup>274</sup>.

Diferentemente do direito de arrependimento, que é exclusivo do consumidor, a revogação pode ser iniciada por qualquer das partes no momento da celebração do contrato. Além disso, a revogação só tem efeito para o futuro, sendo eficaz *ex nunc*, embora as partes possam posteriormente concordar em destruir os efeitos do contrato em momento posterior<sup>275</sup>, em respeito à autonomia privada.

Sousa<sup>276</sup> ressalta que o direito de arrependimento não deve ser confundido com a revogação, mesmo que unilateral, pois aquele prevê a anulação dos efeitos do contrato apenas para o futuro. Ao contrário da revogação em outros contextos, no direito de arrependimento, geralmente não opera retroativamente. Isso significa que, embora o consumidor tenha o direito de rescindir o contrato, as obrigações e transações anteriores permanecem válidas e vinculativas para ambas as partes.

A revogação no direito de arrependimento pode também ser facilitada por meio de um acordo entre as partes, estipulando os efeitos da revogação para o futuro. Isso pode ocorrer, por exemplo, quando o consumidor e o profissional concordam em terminar o contrato em uma data específica ou após determinadas condições serem cumpridas.

Martins<sup>277</sup> destaca ainda que o direito de revogação não pode ser equiparado ao direito de arrependimento. Enquanto a revogação em outros contextos envolve um negócio jurídico que requer o acordo de ambas as partes para a sua extinção, no direito de arrependimento, apenas a vontade do consumidor é relevante. O profissional não precisa concordar com a decisão do consumidor de exercer seu direito de arrependimento para que este seja válido.

Em resumo, no direito de arrependimento, a revogação unilateral por parte do consumidor é uma ferramenta poderosa que permite a rescisão de contratos sem a necessidade de consentimento do profissional ou de acordos prévios. Essa distinção é

---

<sup>274</sup> MARTINEZ, P. R. *Da cessação do contrato*. 2.ª ed. Coimbra: Almedina, 2006. ISBN 9789724028224.

<sup>275</sup> *Ibidem*.

<sup>276</sup> SOUSA, ref. 35.

<sup>277</sup> MARTINS, C. G. *O direito de arrependimento nos contratos de consumo em especial* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Lusíada do Porto, Porto, 2019 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório ULusíada: <http://hdl.handle.net/11067/5339>.

crucial para entender os diferentes aspectos da revogação em contextos jurídicos específicos, como o direito de arrependimento em contratos de consumo.

A resolução refere-se à declaração unilateral feita por um dos contratantes com o propósito de extinguir um vínculo contratual, desde que possa restituir o que recebeu. É a única figura, entre as abordadas, que possui uma consagração legal autônoma<sup>278</sup>. A legislação civil portuguesa reconhece a resolução em seu artigo 432.<sup>o279</sup>, regulando os aspectos adicionais da figura nas disposições subsequentes.

Similarmente ao direito de arrependimento, a resolução pode ter origem legal, podendo assumir a forma autônoma de resolução por alteração das circunstâncias, conforme o artigo 437.<sup>o</sup> do CC português<sup>280</sup>, ou basear-se no descumprimento do contrato<sup>281</sup>. Além disso, pode ter origem contratual, nos termos do mesmo artigo 432.<sup>o</sup>, n.<sup>o</sup> 1 do CC<sup>282</sup>.

Normalmente, a resolução requer um fundamento legal ou convencional<sup>283,284</sup>. Ao contrário do direito de arrependimento, que é exercido unilateralmente e sem motivação para garantir a proteção pretendida pela lei, percebe-se que são fundamentadas em realidades distintas. Enquanto o direito de resolução é baseado no incumprimento da outra parte da relação contratual<sup>285</sup>, o direito de arrependimento visa proteger a parte mais frágil do contrato.

Uma vez exercido o direito de resolução, a declaração produz efeitos retroativos, retroagindo ao momento da celebração do contrato, a menos que haja impedimentos para a completa destruição de seus efeitos<sup>286</sup>. Da mesma forma, o direito de arrependimento geralmente tem eficácia retroativa, exceto em casos específicos em que só é possível a destruição dos efeitos a partir de um momento futuro<sup>287,288</sup>.

Em resumo, a legislação brasileira reconheceu uma certa semelhança entre as duas figuras ao denominar o direito de arrependimento como direito de livre resolução. No entanto, devido às diferenças e à natureza substancialmente diferente das figuras, concorda-se com a necessidade de adotar terminologia específica para designar esse direito, conforme defendido pela doutrina<sup>289,290</sup>. Retratção refere-se à emissão de uma

---

<sup>278</sup> MARTINEZ, ref. 274.

<sup>279</sup> DL n.<sup>o</sup> 47.344/66, ref. 215.

<sup>280</sup> *Ibidem*.

<sup>281</sup> SOUSA, ref. 35.

<sup>282</sup> DL n.<sup>o</sup> 47.344/66, *op. cit.*

<sup>283</sup> CARVALHO, J. M. Implementation of the consumer rights directive: Portugal. *Journal of European Consumer and Market Law* [em linha]. 2014, vol. 3, n.<sup>o</sup> 4, pp. 285-289 [consult. 20 jan. 2024]. ISSN 23644710. Disponível em: <https://kluwerlawonline.com/Journalarticle/Journal+of+European+Consumer+and+Market+Law/3.4/EuCML2014052>.

<sup>284</sup> SOUSA, *op. cit.*

<sup>285</sup> MARTINEZ, *op. cit.*

<sup>286</sup> COSTA, M. J. A. *Direito das obrigações*. 9.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Almedina, 2001. ISBN 9724015823.

<sup>287</sup> CARVALHO, *op. cit.*

<sup>288</sup> SOUSA, *op. cit.*

<sup>289</sup> CARVALHO, *op. cit.*

<sup>290</sup> SOUSA, ref. 35.

declaração com o propósito de anular os efeitos de uma declaração válida anterior<sup>291,292,293,294</sup>.

Como mencionado na introdução desse estudo, na legislação portuguesa, os consumidores têm o direito de retratar-se de contratos celebrados à distância ou fora do estabelecimento comercial dentro de um prazo de 14 dias após a entrega dos bens ou a celebração do contrato de prestação de serviços, com algumas exceções, e sem a necessidade de dar explicações ou incorrer em custos. Para exercer esse direito, basta utilizar o formulário normalizado de retratação fornecido pelo vendedor. Caso os consumidores não estejam informados sobre os seus direitos, o prazo de retratação é estendido para 12 meses.

Existem exceções aplicáveis em várias circunstâncias, como no caso de bens de deterioração rápida, bens selados abertos pelo consumidor que não possam ser devolvidos por razões de saúde ou higiene, e reservas de hotéis ou alugueres de automóveis vinculados a datas específicas. Também existem exceções aplicáveis, em determinadas circunstâncias, aos contratos de fornecimento de conteúdos digitais que não são fornecidos em suporte material, caso a execução desses contratos seja iniciada.

Quando os consumidores se retratam de um contrato, devem abster-se de usar os conteúdos digitais ou os serviços digitais e de disponibilizá-los a terceiros. Em sua essência, o direito de retratação possui características básicas, como irrenunciabilidade, imotivabilidade e inidemnizabilidade. Isso significa que o consumidor não pode renunciar a esse direito, não precisa apresentar motivos para exercê-lo e não está sujeito a indenizações simplesmente por exercê-lo. No entanto, existem exceções a esse regime padrão estabelecido.

A título de exemplo, nos casos em que a execução do serviço já foi iniciada com o consentimento expresso do consumidor, ou quando se trata de fornecimento de bens personalizados, não se aplica o direito de retratação. Além disso, se o fornecedor não informar adequadamente o consumidor sobre o direito de retratação, o prazo para exercê-lo pode ser estendido para até 12 meses após o prazo inicial.

Embora haja semelhanças entre a legislação brasileira e portuguesa em relação ao direito de retratação, existem também algumas diferenças significativas. O período para o exercício do direito de retratação varia dependendo da região: no Brasil, o consumidor tem um prazo de 7 dias a partir da conclusão do contrato ou do recebimento do produto ou serviço (artigo 49 do CDC)<sup>295</sup>. Já na Europa, o prazo é estendido para 14

<sup>291</sup> ALMEIDA, C. F. *Contratos I*. Coimbra: Almedina, 2005a. ISBN 9724025888.

<sup>292</sup> ALMEIDA, C. F. *Direito do consumo*. Coimbra: Almedina, 2005b. ISBN 9789724025483.

<sup>293</sup> CARVALHO, ref. 283.

<sup>294</sup> SOUSA, ref. 35.

<sup>295</sup> NEGRÃO, ref. 6.

dias, iniciando-se no momento da celebração do contrato para contratos de prestação de serviços, e no momento da aquisição da posse do bem comprado para compras e vendas, conforme estabelecido no artigo 9.º, inciso II, da diretiva<sup>296</sup>.

### 3.3 Efeitos do exercício do direito de arrependimento

No Brasil, o artigo 49 do CDC<sup>297</sup> garante ao consumidor o direito de rescindir o contrato nos casos em que a contratação ocorre fora do estabelecimento comercial. Esse direito pode ser exercido dentro de um prazo de sete dias após a assinatura do contrato ou o recebimento do produto. Se o consumidor optar por exercer esse direito, ele deve receber imediatamente o valor pago, devidamente corrigido monetariamente, como estabelece a legislação<sup>298</sup>.

Nesse tipo de transação, em que o consumidor adquire produtos ou serviços fora do ambiente comercial, ele geralmente dispõe de menos tempo para ponderar sobre a necessidade e as vantagens do contrato. Isso o coloca em uma posição de maior vulnerabilidade. Enquanto a publicidade constante pode influenciar o consumidor a realizar compras impulsivas, quando a transação ocorre fora do estabelecimento comercial, é o fornecedor que procura o consumidor. Isso pode levar a compras sem uma avaliação adequada do produto ou serviço<sup>299</sup>.

Marques, Benjamin e Miragem<sup>300</sup> salientam que:

[...] o consumidor perturbado em sua casa ou no local de trabalho não tem o necessário tempo para refletir sobre se deseja realmente se obrigar, se as condições oferecidas lhe são realmente favoráveis; não tem o consumidor a chance de comparar o produto e a oferta com outra do mercado, nem examinar com cuidado o bem que está adquirindo. O consumidor recebe do vendedor, ou da correspondência circular enviada, no mais das vezes, informações incompletas, principalmente sobre o preço da mercadoria [...]. Por fim, se o produto adquirido apresenta algum defeito ou vício de qualidade, não possui o consumidor a possibilidade de reclamar, pois o vendedor não retornará e a fábrica se localiza em outro Estado da Federação, o que desestimula a reclamação.

Nery Junior<sup>301</sup> observa que, antes de efetuar uma compra e venda, o consumidor costuma comparar preços, examinar especificações do produto desejado e buscar as melhores condições para contratar. Ao chegar ao estabelecimento comercial, ele pode optar por adquirir o produto ou, ainda, o fornecedor pode apresentar outras opções, ampliando as suas alternativas de escolha. Essa abordagem de venda evidencia a vulnerabilidade do consumidor, o que justifica a criação de uma regra específica pelo

---

<sup>296</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>297</sup> NEGRÃO, ref. 6.

<sup>298</sup> LARA, ref. 185.

<sup>299</sup> NUNES, L. A. R. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 5.ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010. ISBN 9788502096202.

<sup>300</sup> MARQUES, BENJAMIN e MIRAGEM, ref. 2, p. 836.

<sup>301</sup> NERY JUNIOR, N. Da proteção contratual. In: A. P. GRINOVER, *et al.*, eds. *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 9.ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, pp. 504-638. ISBN 9788521804123.

legislador para proteger aqueles que realizam transações fora do estabelecimento comercial<sup>302</sup>.

Bittar<sup>303</sup> vai além, ao classificar as vendas realizadas em domicílio como “vendas agressivas”. Nesse sentido, o direito de arrependimento surge como uma maneira de mitigar os danos que o consumidor pode sofrer ao ser pressionado pelo vendedor que o aborda em sua residência. Durante esse período de reflexão, o consumidor tem a oportunidade de desfazer o negócio.

Como destaca Nunes<sup>304</sup>, o consumidor não precisa justificar seu arrependimento. Basta expressá-lo objetivamente dentro do prazo estabelecido pela lei. Consoante Nery Junior<sup>305</sup>, o direito de arrependimento é intrínseco, o que significa que está presente por si só, independentemente de qualquer justificativa específica do consumidor. Para o autor, se o contrato de consumo foi firmado fora do estabelecimento comercial, o consumidor tem pleno direito de arrepender-se, sem necessidade de explicação adicional<sup>306</sup>. Esse direito é garantido automaticamente pela lei nessas circunstâncias.

Segundo Lara<sup>307</sup>, quando a legislação foi elaborada na década de 90, as principais modalidades de vendas fora do estabelecimento comercial eram por telefone e em domicílio. Nesse contexto, Nunes<sup>308</sup> argumenta que a lei mencionava exemplos específicos e empregava o advérbio “especialmente” com essa finalidade. Da mesma forma, Nery Junior<sup>309</sup> observa que o caráter não exaustivo desse elenco é indicado pelo uso do advérbio “especialmente” na norma. Essa expressão evidencia claramente a intenção da lei de listar exemplos e não hipóteses taxativas.

No que tange à aplicação do direito de arrependimento, Marques, Benjamin e Miragem<sup>310</sup> listam diversas formas de contratação à distância, incluindo vendas em domicílio, por telefone, por correspondência, catálogo, além das realizadas por meios eletrônicos como *Internet* e *e-mail*.

Segundo Lorenzetti<sup>311</sup>, o direito de arrependimento se aplica aos contratos de consumo realizados pela *Internet*, por se tratar de uma modalidade de contrato à distância. Ele ressalta a obrigação do vendedor de informar claramente o consumidor sobre esse direito em todos os documentos relacionados à venda.

---

<sup>302</sup> MARQUES, BENJAMIN e MIRAGEM, ref. 2.

<sup>303</sup> BITTAR, C. A. *Direitos do consumidor: Código de Defesa do Consumidor*. 6.ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003, p. 53. ISBN 8521803311.

<sup>304</sup> NUNES, ref. 299.

<sup>305</sup> NERY JUNIOR, ref. 301.

<sup>306</sup> *Ibidem*.

<sup>307</sup> LARA, ref. 185.

<sup>308</sup> NUNES, *op. cit.*, p. 643.

<sup>309</sup> NERY JUNIOR, *op. cit.*, p. 563.

<sup>310</sup> MARQUES, BENJAMIN e MIRAGEM, ref. 2.

<sup>311</sup> LORENZETTI, R. L. *Comércio eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. ISBN 8520325831.

No entanto, há casos em que o direito de arrependimento não se aplica. Em Portugal, por exemplo, a DL n.º 24/2014 estabelece que o consumidor não pode exercer esse direito em contratos cujos serviços tenham sido integralmente prestados após o consentimento expresso prévio do consumidor, além de outras situações específicas, como produtos personalizados, bens perecíveis, gravações de áudio e vídeo, entre outros<sup>312</sup>.

Lorenzetti<sup>313</sup> argumenta que no contrato eletrônico, os bens digitais não devem ser passíveis do direito de arrependimento, pois isso poderia ser considerado abusivo e antifuncional. Ele cita a lei italiana e a diretiva mencionada anteriormente como exemplos disso. Finkelstein<sup>314</sup> destaca que um problema comum ocorre na aquisição de software, pois a sua instalação é imediata após a compra, dificultando o exercício do direito de arrependimento.

Alguns fornecedores têm solucionado esse problema estabelecendo prazos de expiração para o acesso ao *software*. Há também situações em que o direito de arrependimento não se aplica devido à habitualidade das partes em celebrar contratos à distância. A título de exemplo, ressalta-se que, no caso de um consumidor que mensalmente adquire formulários contínuos para computador à distância, não há espaço para o exercício desse direito, a menos que haja mudanças significativas nas características do produto<sup>315</sup>.

Contrariando essa visão, Coelho<sup>316</sup> argumenta que o direito de arrependimento só seria aplicável ao contrato eletrônico em casos de marketing agressivo, pois não haveria diferença substancial entre dirigir-se a um estabelecimento físico ou virtual. Ainda, Coelho<sup>317</sup> explicita que o ato de consumir pela *Internet*, mesmo quando realizado por transmissão de dados via telefônica, não deve ser automaticamente associado a técnicas de marketing agressivo.

Ao contrário, o consumidor que acessa um estabelecimento eletrônico para adquirir um produto ou serviço não está necessariamente sendo pressionado a tomar decisões precipitadas ou impulsivas. Para o autor<sup>318</sup>:

[...] a impessoalidade das páginas que se abrem e fecham na tela do computador ao exclusivo comando do internauta [*sic*] sugere, inclusive, o oposto: a busca de informações sobre a qualidade e preço dos produtos ou serviços oferecidos na rede é imune a pressões individuadas sobre o consumidor.

---

<sup>312</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>313</sup> LORENZETTI, ref. 311.

<sup>314</sup> FINKELSTEIN, M. E. *Aspectos jurídicos do comércio eletrônico*. Porto Alegre: Síntese, 2004. ISBN 8588680947.

<sup>315</sup> NERY JUNIOR, ref. 301.

<sup>316</sup> COELHO, F. U. *Curso de direito comercial*. 10.ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006, vol. 3. ISBN 8502025635.

<sup>317</sup> *Ibidem*, p. 49.

<sup>318</sup> *Ibidem*.

Segundo Coelho<sup>319</sup>, o direito de arrependimento não seria aplicável ao contrato eletrônico, uma vez que a transação não ocorre fisicamente fora do estabelecimento comercial do fornecedor. Ele argumenta que, independentemente do meio de acesso do consumidor, seja através do deslocamento físico até o local da empresa ou via transmissão de dados, o consumidor ainda precisa se mover para acessar o estabelecimento.

No entanto, a visão predominante é que o direito de arrependimento deve ser aplicado aos contratos eletrônicos. De acordo com Lucca<sup>320</sup>, essa aplicação não se dá devido a compras impulsivas motivadas por marketing agressivo, mas sim pela simples possibilidade de o produto não atender às expectativas do consumidor, que não pode examiná-lo pessoalmente. O período de reflexão visa permitir que o consumidor insatisfeito manifeste a sua discordância com o objeto do contrato.

O prazo para exercer o direito de arrependimento, de acordo com o artigo 49, é de sete dias. A forma de contagem desse prazo segue as diretrizes estabelecidas pelo artigo 132 e seus parágrafos do CC<sup>321</sup>, em que o dia de início é excluído e o dia final é incluído. É importante notar que esse prazo deve iniciar e terminar em dias úteis, sendo que se o último dia cair em um feriado ou final de semana, o prazo é prorrogado para o próximo dia útil<sup>322</sup>.

Em contratos eletrônicos, o objeto do contrato pode ser entregue imediatamente, como no caso de produtos imateriais que podem ser enviados eletronicamente, ou pode haver um intervalo significativo de tempo até a entrega efetiva<sup>323</sup>. Portanto, o prazo de reflexão pode começar na assinatura do contrato, na entrega imediata do produto ou serviço, ou na data de recebimento, caso haja um intervalo entre a assinatura e a entrega do produto. Esse último cenário é comum, já que somente após receber o produto o consumidor terá a oportunidade de avaliar se atende às suas expectativas<sup>324</sup>.

Uma das questões enfrentadas pelo consumidor ao exercer esse direito é comprovar que manifestou a sua desistência ao fornecedor. Como a lei não estipula um método específico para o consumidor comunicar a sua desistência, Nunes<sup>325</sup> sugere que os mesmos meios utilizados para a contratação possam ser empregados. Por outro lado, a lei portuguesa, diferentemente, contém o anexo B ao DL n.º 24/2014, o qual é um formulário que serve de modelo para o exercício do direito de livre resolução.

---

<sup>319</sup> COELHO, ref. 316.

<sup>320</sup> DE LUCCA, N. *Aspectos jurídicos da contratação informática e telemática*. São Paulo: Saraiva, 2003. ISBN 8502043676.

<sup>321</sup> Lei n.º 10.406/2002 [Código Civil]. *Diário Oficial da União, 1ª Seção* [em linha]. Brasília: Imprensa Nacional-Casa Civil, 11-01-2002, n.º 8, pp. 1-74 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm).

<sup>322</sup> NERY JUNIOR, ref. 301.

<sup>323</sup> MARQUES, ref. 36.

<sup>324</sup> NERY JUNIOR, *op. cit.*

<sup>325</sup> NUNES, ref. 299.

Já no Brasil, Nunes<sup>326</sup> sugere que o consumidor dispõe de várias opções para comunicar a sua decisão de desistir ao fornecedor, tais como: entrar em contato por telefone, enviar uma comunicação pela *Internet*, notificar por correio, entregar uma carta pessoalmente no endereço do fornecedor ou de seu representante, enviar um telegrama pelo correio ou por telefone (conhecido como “fonegrama”), ou até mesmo emitir uma notificação via Cartório de Títulos e Documentos, se preferir. Essa variedade de opções oferece flexibilidade ao consumidor, permitindo-lhe escolher o método mais conveniente para manifestar a sua desistência.

Ressalta-se que o artigo 369, do Código de Processo Civil (CPC)<sup>327</sup>, estabelece:

[...] as partes têm o direito de empregar todos os meios legais, bem como os moralmente legítimos, ainda que não especificados neste Código, para provar a verdade dos fatos em que se funda o pedido ou a defesa e influir eficazmente na convicção do juiz.

Esse artigo refere-se à prova judicial dialogando com o revogado CPC de 1973. O artigo 369 do CPC aborda os meios legais e moralmente legítimos para produção de provas no processo, de modo a destacar os meios legais como aqueles que estão em conformidade com a lei, ou seja, as provas obtidas dentro das normas estabelecidas<sup>328</sup>. O código não proíbe a produção de provas além das explicitamente previstas, desde que estejam de acordo com a legislação vigente, excluindo apenas as provas ilícitas.

O artigo 5º, inciso LVI, da Constituição Federal brasileira de 1988 (CF/1988)<sup>329</sup>, reforça essa proibição de utilização de provas obtidas por meios ilícitos no processo. Esse artigo precisa ser compreendido em comparação aos incisos LIII, XXXV, XXXVII, XXXVIII e LXI, do mesmo diploma legal. Remete-se também ao princípio relevante no direito brasileiro: o princípio do devido processo legal (exposto no inciso LV) e direito fundamental de acesso à justiça (inciso XXXV).

Atinente ao tema, Assis e Molinaro<sup>330</sup> pontuam que:

[...] a prova não é meio de obtenção da verdade (quando muito da verossimilhança ou da veracidade), mas instrumento utilizado pelas partes e apropriado pelo julgador para auxiliar na formação da *radio decidendi* que formata sua convicção ante o caso concreto. Prova, pois, é percurso. Revela-se no *inter* da demanda, e pela metodologia probatória podemos, quando muito, esperar alcançar (com boas ou más intenções) um juízo de verossimilhança ou um juízo de mera probabilidade de certeza (vale dizer, a lógica do necessário) no âmbito do jurídico.

---

<sup>326</sup> NUNES, ref. 299.

<sup>327</sup> Lei n.º 13.105/2015 [Código de Processo Civil]. *Diário Oficial da União, 1ª Seção* [em linha]. Brasília: Imprensa Nacional-Casa Civil, 17-03-2015, pp. 1-51 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm).

<sup>328</sup> *Ibidem*.

<sup>329</sup> BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. *Diário Oficial da União, 1ª Seção* [em linha]. Brasília: Imprensa Nacional-Casa Civil, 05-10-1988, n.º 191-A, pp. 1-32 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/DOUconstituicao88.pdf](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/DOUconstituicao88.pdf).

<sup>330</sup> ASSIS, A. e MOLINARO, C. A. Art. 5º, LVI. In: J. J. G. CANOTILHO, *et al.*, eds. *Comentários à Constituição do Brasil*. 2.ª ed. São Paulo: Saraiva, 2018, p. 470-471. ISBN 9788553172641.

O Enunciado 301 do Fórum Permanente de Processualistas Civis (FPPC)<sup>331</sup> estabelece que, por analogia, ao processo civil aplicam-se as exceções previstas no Código de Processo Penal (CPP), o que pode afastar a ilicitude da prova. Além disso, o Enunciado 50 do FPPC<sup>332</sup> destaca que os destinatários da prova são todos aqueles que podem utilizá-la, como juízes, partes ou outros interessados, não sendo a sua única função influenciar a convicção do juiz.

Panichi<sup>333</sup> destaca a importância da aceitação da produção de provas obtidas por meio eletrônico. O autor ressalta que essa modalidade de prova é essencial devido à sua disponibilidade e acessibilidade ao consumidor. Como exemplos, menciona a utilização de *e-mails*, propagandas em sites eletrônicos e *prints* de publicações em redes sociais relacionadas à oferta de produtos ou serviços, fazendo uma analogia com as disposições legais presentes tanto no CC<sup>334</sup> (artigo 225) quanto no CPC<sup>335</sup> (artigo 422).

Finkelstein<sup>336</sup> (2004, p. 170-172) argumenta que o órgão julgador está autorizado, por meio de interpretação hermenêutica legal, a conferir a um documento eletrônico um efeito similar ao de um documento físico, desde que verifique a autenticidade da assinatura. Segundo a autora, a assinatura eletrônica é definida como “uma sequência de bits, representativos de um fato, registrados em um programa de computador”, o que permite a identificação do signatário do documento. Dessa forma, ela defende que a assinatura eletrônica deve ser considerada com a mesma relevância que a assinatura física no que diz respeito à produção de provas.

Nunes<sup>337</sup> levanta a questão da insegurança relacionada às ligações telefônicas como meio de prova, uma vez que, mesmo gravando a ligação, ainda seria necessário provar o dia em que ocorreu por meio de testemunhas. Por outro lado, Marques<sup>338</sup> observa que a jurisprudência brasileira tem aceitado, nesses casos, qualquer telefonema ou alegação sobre o envio de *e-mail*, invertendo o ônus da prova.

O uso do *WhatsApp* como evidência tecnológica tem sido discutido no contexto jurídico, com base no artigo 369 do CPC, que autoriza as partes a utilizarem todos os

---

<sup>331</sup> DIDIER JR., F. coord. *Enunciados do Fórum Permanente de Processualistas Civis* [em linha]. Florianópolis: Jus Podivm, 2017 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://institutodc.com.br/wp-content/uploads/2017/06/FPPC-Carta-de-Florianopolis.pdf>.

<sup>332</sup> *Ibidem*.

<sup>333</sup> PANICHI, R. A. G. Meios de prova nos contratos eletrônicos, realizados por meio da *Internet*. *Revista de Direito Privado*. 2003, n.º 16, pp. 260-271. ISBN 8520325483.

<sup>334</sup> “Art. 225. As reproduções fotográficas, cinematográficas, os registros fonográficos e, em geral, quaisquer outras reproduções mecânicas ou eletrônicas de fatos ou de coisas fazem prova plena destes, se a parte, contra quem forem exibidos, não lhes impugnar a exatidão” (BRASIL, 2002).

<sup>335</sup> “Art. 422. Qualquer reprodução mecânica, como a fotográfica, a cinematográfica, a fonográfica ou de outra espécie, tem aptidão para fazer prova dos fatos ou das coisas representadas, se a sua conformidade com o documento original não for impugnada por aquele contra quem foi produzida” (BRASIL, 2015).

<sup>336</sup> FINKELSTEIN, ref. 314.

<sup>337</sup> NUNES, ref. 299, p. 647.

<sup>338</sup> MARQUES, ref. 36.

meios legais e moralmente aceitos para comprovar a veracidade dos fatos alegados. A Justiça brasileira não proíbe a utilização de documentos eletrônicos como prova, mas requer autorização judicial para o uso das mensagens do *WhatsApp* em processos, a fim de garantir a proteção da intimidade, conforme estabelecido no artigo 5º, inciso X, da CF/1988<sup>339</sup>.

O STJ tem jurisprudência sólida<sup>340</sup> que considera ilícita a obtenção de provas diretamente dos dados de aparelhos celulares, incluindo mensagens de texto SMS, conversas via *WhatsApp* e *e-mails*, sem autorização prévia. O Supremo Tribunal Federal (STF) também se posicionou sobre o assunto, aceitando até mesmo imagens da tela de dispositivos móveis, como *prints* de conversas do *WhatsApp*, como prova em processos judiciais.

Na prática, tanto mensagens escritas quanto faladas, assim como fotos extraídas das redes sociais, têm sido utilizadas para comprovar aspectos relevantes em diversos tipos de processos judiciais, como questões financeiras em ações de alimentos e impugnações à gratuidade da justiça.

No meio jurídico, é recomendável demonstrar que as mensagens foram recebidas e lidas pelo destinatário, além de poder recorrer à ata notarial, um instrumento público elaborado em cartório pelo tabelião de notas, para garantir a autenticidade e integridade do conteúdo das conversas. É aconselhável que as partes apresentem a conversa na íntegra para permitir ao juiz entender o contexto dos fatos, evitando a alegação de adulteração das mensagens.

Quando o consumidor decide exercer seu direito de arrependimento dentro do prazo estabelecido, todas as quantias pagas devem ser prontamente reembolsadas, conforme previsto no artigo 49 do CDC<sup>341</sup>. Nery Junior<sup>342</sup> enfatiza que qualquer cláusula contratual que prive o consumidor do direito ao reembolso é considerada abusiva e, portanto, nula, conforme estabelecido no artigo 51, inciso II do mesmo código<sup>343</sup>. Além

---

<sup>339</sup> BRASIL, ref. 329.

<sup>340</sup> Como exemplificação, a Sexta Turma do STJ reiterou em 2021, por unanimidade, uma posição já estabelecida pelo colegiado, declarando que as mensagens obtidas por meio de capturas de tela da ferramenta *WhatsApp Web* não podem ser consideradas como provas válidas. No caso em questão, o recorrente e outros dois corréus foram denunciados por corrupção. O relator, ministro Nefi Cordeiro, conforme evidenciado no acórdão proferido no Recurso Ordinário no *Habeas Corpus* (RHC) n.º 79.848, ressaltou que a Sexta Turma tem jurisprudência que invalida as provas obtidas por meio do espelhamento de conversas via *WhatsApp Web*. Isso se deve ao fato de que a ferramenta possibilita o envio e exclusão de mensagens, sem deixar rastros, seja pelo usuário ou por algum contato. Portanto, as mensagens obtidas através de capturas de tela do *WhatsApp Web* foram consideradas como provas ilícitas e devem ser retiradas dos autos. O ministro deu parcial provimento ao recurso, declarando nulas essas mensagens, enquanto mantém as demais provas produzidas após as diligências prévias realizadas pela polícia em decorrência da denúncia anônima (STJ - RHC 79848/PE, 201700004116, Relator: Ministro Nefi Cordeiro, Sexta Turma, julgado em 21-08-2018, publicado no DJe 03-09-2018). Ver: Recurso Ordinário em *Habeas Corpus* 79848/PE. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Superior Tribunal de Justiça, 2018 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://abrir.link/NtQVm>.

<sup>341</sup> NEGRÃO, ref. 6.

<sup>342</sup> NERY JUNIOR, ref. 301.

<sup>343</sup> NEGRÃO, ref. 6.

do valor principal, o consumidor tem direito à devolução dos custos de envio, frete e outros encargos.

Tais despesas são de responsabilidade do fornecedor, que, ao optar por realizar vendas fora de seu estabelecimento comercial, assume o risco associado ao negócio. Caso o consumidor fosse obrigado a arcar com esses custos, estaria sendo penalizado por exercer um direito legal e legítimo. Segundo Nunes<sup>344</sup>, dado que o fornecedor assume o risco da transação ao vender e entregar produtos ou serviços com a possibilidade de devolução legal, e considerando que os efeitos da desistência retroagem no tempo, todas as despesas relacionadas à devolução, incluindo o transporte, são de responsabilidade do vendedor.

Quando um consumidor exerce o direito de arrependimento em compras *on-line*, o cancelamento não se restringe apenas ao contrato principal de compra, mas também se estende ao contrato acessório de financiamento, conforme apontado por Marques<sup>345</sup>. A título de exemplo, no caso do uso do cartão de crédito para efetuar o pagamento, o cancelamento incluirá não apenas a transação de compra, mas também qualquer contrato de financiamento associado. Dessa forma, o consumidor não apenas desiste de ficar com o produto, mas também interrompe qualquer pagamento relacionado a ele, evitando assim que continue pagando por algo que decidiu não adquirir.

Contudo, de forma geral, o exercício do direito de arrependimento, garantido pelo CDC<sup>346</sup>, implica uma série de efeitos que visam proteger o consumidor em transações comerciais, especialmente em compras realizadas fora do estabelecimento comercial. Quando o consumidor decide desistir de um contrato dentro do prazo legal estabelecido, alguns efeitos importantes são desencadeados.

Primeiramente, há o cancelamento do contrato em si, tanto do contrato principal de compra quanto de eventuais contratos acessórios, como o financiamento associado à transação. Isso significa que não apenas a aquisição do produto ou serviço é desfeita, mas também qualquer acordo de financiamento ligado a essa compra é anulado.

Além disso, o consumidor tem direito à devolução de todos os valores pagos, incluindo não apenas o preço do produto ou serviço, mas também quaisquer encargos adicionais, como frete e postagem. Esse reembolso deve ser feito de forma imediata e corrigido monetariamente, conforme estabelece a lei. Outro efeito importante é a responsabilidade pelo ônus da devolução do produto. Como o risco do empreendimento recai sobre o fornecedor, este deve arcar com todas as despesas necessárias para a devolução do produto, incluindo o transporte, caso seja necessário.

---

<sup>344</sup> NUNES, ref. 299, p. 650.

<sup>345</sup> MARQUES, ref. 36.

<sup>346</sup> NEGRÃO, ref. 6.

Por fim, é fundamental destacar que o exercício do direito de arrependimento não pode acarretar qualquer ônus adicional ao consumidor. Qualquer cláusula contratual que vise retirar ou limitar esse direito é considerada abusiva e nula, conforme previsto no CDC<sup>347</sup>. Em resumo, os efeitos do exercício do direito de arrependimento têm o objetivo de restabelecer a equidade na relação entre consumidor e fornecedor, garantindo que o consumidor tenha a oportunidade de reconsiderar as suas decisões de compra sem sofrer prejuízos financeiros ou contratuais injustos.

### **3.3.1 Exceções, abuso do direito e dever de informação**

O direito de informação é uma peça fundamental nas relações de consumo, embora ainda não haja uma legislação específica sobre o tema no Brasil. O CDC<sup>348</sup> aborda diversas normas que visam proteger o consumidor em situações de vulnerabilidade, estendendo-se para além do contrato e abrangendo qualquer interação em que o consumidor manifeste interesse em adquirir um produto ou serviço.

No cerne dessa proteção, o CDC<sup>349</sup> estabelece que os consumidores têm o direito de obter informações adequadas sobre os produtos e serviços disponíveis no mercado. Isso inclui não apenas aspectos como quantidade, qualidade, composição e preço, mas também eventuais riscos associados a esses produtos ou serviços.

A liberdade de escolha do consumidor está intrinsecamente ligada ao seu direito à informação. Sem acesso a informações precisas e completas, o consumidor não pode tomar decisões conscientes sobre as suas compras. Da mesma forma, o fornecedor, detentor do conhecimento sobre o produto ou serviço oferecido, tem o dever de fornecer ao consumidor todas as informações necessárias para que ele possa fazer uma escolha informada.

O dever de informar não é apenas uma obrigação legal, mas também uma necessidade social. Em um mercado cada vez mais complexo e dinâmico, a transparência e a cooperação entre fornecedor e consumidor são essenciais para garantir relações de consumo justas e equilibradas. Entretanto, há situações em que o dever de informar não é cumprido adequadamente, caracterizando-se como abuso por parte do fornecedor. Isso pode ocorrer quando as informações fornecidas são falsas, incompletas, enganosas ou omitidas deliberadamente para induzir o consumidor a erro.

Em casos de falha no dever de informação, o consumidor pode sofrer prejuízos materiais e morais. Por isso, é fundamental que o fornecedor cumpra a sua obrigação de informar de forma clara, precisa e transparente, evitando práticas abusivas que prejudiquem o consumidor. O direito de informação é uma via de mão dupla: enquanto

---

<sup>347</sup> NEGRÃO, ref. 6.

<sup>348</sup> *Ibidem*.

<sup>349</sup> *Ibidem*.

o consumidor tem o direito de receber informações adequadas, o fornecedor tem o dever de fornecê-las de maneira correta e completa. Essa cooperação mútua é essencial para garantir relações de consumo justas, transparentes e equilibradas.

No que diz respeito a Portugal, Barros<sup>350</sup> aborda a evolução do caráter protetivo das normas de consumo no país europeu, destacando a importância dos deveres pré-contratuais de informação. Esse desenvolvimento normativo tem as suas raízes na Carta Magna portuguesa, mais especificamente em seu artigo 60.<sup>351</sup>, e perpassa pela legislação de defesa do consumidor, o regime jurídico das cláusulas gerais e diversos decretos-lei, culminando no último diploma de 2014, que ampliou significativamente os direitos pré-contratuais, especialmente os relacionados à informação.

O foco principal da normativa é garantir que o consumidor tenha acesso a informações adequadas para contratar com pleno conhecimento do contrato e dos direitos e deveres que lhe competem. A adequada informação e a correta publicidade são vistas como princípios fundamentais, a serem observados com base na boa-fé, honestidade e justiça, conforme pontua Barros<sup>352</sup>.

Esse decreto estabelece um extenso rol de informações pré-contratuais necessárias, abrangendo elementos de caracterização do fornecedor, características do bem ou serviço, composição do preço, modalidade de pagamento, entre outros aspectos relevantes. Além disso, prevê a disponibilização mínima das informações essenciais, mesmo em casos de limitação de espaço ou tempo do fornecedor para divulgá-las.

Os deveres de informação pré-contratual, portanto, têm uma importância central na proteção dos consumidores, assegurando que eles tenham acesso a informações quantitativas e qualitativas necessárias para tomar decisões conscientes. Esses deveres são decorrentes do princípio da boa-fé objetiva, que permeia toda relação jurídica obrigacional e visa garantir o correto cumprimento das obrigações contratuais e a satisfação dos interesses envolvidos.

No contexto do direito à informação, é importante reconhecer que existem situações em que esse direito pode encontrar limitações ou exceções legítimas. Essas exceções podem surgir em casos de proteção de segredos comerciais ou industriais, questões de segurança nacional, proteção da privacidade pessoal ou de dados sensíveis, entre outros.

Além disso, o abuso do direito à informação também é uma preocupação relevante. Isso ocorre quando uma parte utiliza informações de forma arbitrária, desonesta ou prejudicial, sem o consentimento adequado da outra parte. Por exemplo,

---

<sup>350</sup> BARROS, ref. 1.

<sup>351</sup> PORTUGAL, ref. 146.

<sup>352</sup> BARROS, *op. cit.*

a divulgação de informações confidenciais de um consumidor sem a sua autorização configura um abuso do direito à informação.

Nesse sentido, é fundamental que o exercício do direito à informação seja pautado pelos princípios da boa-fé, honestidade e justiça, visando proteger os interesses legítimos de todas as partes envolvidas. As normas e regulamentos relacionados ao direito à informação devem ser aplicados de forma equilibrada, garantindo tanto a transparência quanto a proteção dos direitos individuais.

Portanto, ao considerar as exceções e prevenir o abuso do direito à informação, é possível promover relações de consumo mais justas, transparentes e equilibradas. Isso contribui para a construção de um ambiente jurídico e comercial mais confiável e seguro, onde os direitos e interesses de todas as partes são respeitados e protegidos.

## **4 ANÁLISE COMPARATIVA: direito de arrependimento em Portugal e Brasil**

O direito de arrependimento é um tema de grande relevância nas relações de consumo, visando proteger os consumidores e equilibrar as relações contratuais. Tanto em Portugal quanto no Brasil, essa prerrogativa legal desempenha um papel essencial na garantia dos direitos dos consumidores em transações comerciais.

Na primeira seção deste capítulo, serão explorados fundamentos e características do direito de arrependimento conforme estabelecido na legislação portuguesa. Serão analisados os princípios subjacentes, os prazos aplicáveis e as implicações legais para fornecedores e consumidores em Portugal. Dentro desta subseção, examina-se em detalhes as disposições legais específicas relacionadas ao direito de arrependimento em Portugal. Serão abordadas as leis, decretos e regulamentos pertinentes, delineando os direitos e obrigações das partes envolvidas em uma transação comercial.

O segundo tópico visa comparar e contrastar o direito de arrependimento em Portugal e no Brasil. Analisa-se as similaridades e diferenças entre os regimes jurídicos de ambos os países, destacando aspectos como prazos, procedimentos e exceções aplicáveis. A análise se concentra nas semelhanças e disparidades encontradas nos sistemas jurídicos de Portugal e Brasil em relação ao direito de arrependimento. Essa comparação permitirá uma compreensão mais aprofundada das abordagens adotadas por cada país para proteger os interesses dos consumidores.

### **4.1 Breves considerações sobre o direito de arrependimento europeu**

De forma geral, o direito de arrependimento na UE tem sido objeto de estudo e análise por diversos autores, que destacam a sua importância e nuances. Autores como Ballesteros<sup>353</sup> abordam a Diretiva n.º 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho sobre direitos dos consumidores, enfatizando as disposições relacionadas ao direito de desistência e às suas implicações para os consumidores europeus.

Outro autor relevante, Mendonça<sup>354</sup>, em sua dissertação de mestrado, examina o direito de arrependimento nos contratos celebrados pela *Internet*, fornecendo uma análise aprofundada das questões legais e práticas envolvidas nesse contexto específico.

Ademais, autores como Barros<sup>355</sup> exploram os contratos de consumo celebrados pela *Internet* em um estudo de direito comparado luso-brasileiro, incluindo reflexões

---

<sup>353</sup> BALLESTEROS, ref. 96.

<sup>354</sup> MENDONÇA, ref. 93.

<sup>355</sup> BARROS, ref. 147.

sobre o direito de arrependimento como uma forma de extinção das obrigações contratuais. Esses autores contribuem significativamente para o entendimento das complexidades e implicações do direito de arrependimento na UE, oferecendo diversas perspectivas para estudiosos, profissionais e legisladores interessados nessa área do direito do consumidor.

De acordo com a legislação da UE, o prazo para o exercício do direito de arrependimento pode variar dependendo do tipo de contrato. Como destaca Ballesteros<sup>356</sup>, nos contratos de prestação de serviços, o período de reflexão começa no momento da celebração do contrato. Já nos contratos de compra e venda, o prazo se inicia a partir do momento em que o consumidor adquire a posse do bem comprado.

É importante ressaltar que, conforme mencionado por Marques<sup>357</sup>, o direito de arrependimento na UE é regido por uma legislação harmonizada, que estabelece diretrizes gerais para todos os Estados membros. No entanto, cada país tem a liberdade de implementar essas diretrizes de acordo com as suas próprias leis nacionais.

O quadro a seguir apresenta um panorama geral acerca do prazo apontando qual legislação trata sobre o tema em cada país da UE, frisa-se que em todos os países abaixo relacionados o prazo é de 14 dias após o recebimento do produto ou celebração do contrato, veja:

Quadro 1 – Direito de arrependimento na União Europeia

<b>País</b>	<b>Normativa</b>
Alemanha	§ 355 do <i>Bürgerliches Gesetzbuch</i> (BGB)
Áustria	§ 11 da <i>Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz</i> (FAGG)
Bélgica	Artigo 6.º 47 do Código de Economia
Bulgária	Artigo 55.º do Código do Consumidor
Chipre	Artigo 9.º da Lei de Venda à Distância de Bens
Croácia	Artigo 79.º da Lei de Proteção ao Consumidor
Dinamarca	§ 18 da Lei de Contratos de Consumo
Eslováquia	§ 18 da Lei do Consumidor
Eslovênia	Artigo 56.º da Lei de Proteção ao Consumidor
Espanha	Artigo 76.º do Real Decreto Legislativo 1/2007

<sup>356</sup> BALLESTEROS, ref. 96.

<sup>357</sup> MARQUES, C. L. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 6.ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. ISBN 9788520338988.

Estônia	§ 56 da Lei de Proteção ao Consumidor
Finlândia	§ 6:16 do Código de Comércio
França	Artigo L221-18 do Código do Consumidor
Grécia	Artigo 3.º da Lei 2251/1994 sobre a Proteção do Consumidor
Hungria	Lei de Comércio Eletrônico
Irlanda	Lei de Direitos dos Consumidores
Itália	Artigo 52.º do Código do Consumidor
Letônia	§ 12 da Lei de Proteção ao Consumidor
Lituânia	Código Civil da República da Lituânia
Luxemburgo	Código do Consumidor
Malta	Lei de Contratos de Consumo
Países Baixos	Código Civil
Polônia	Lei de Direitos dos Consumidores
Portugal	Artigo 10.º da Lei de Contratos Celebrados à Distância
República Tcheca	Lei de Proteção ao Consumidor
Romênia	Lei de Proteção ao Consumidor
Suécia	Capítulo 3, seção 11 da Lei de Venda à Distância

Fonte: Elaboração própria (2024).

Para fins de complementação, colaciona-se nos anexos dessa pesquisa a redação de cada uma das normativas acima descritas com as suas respectivas traduções livres. Essa variação na implementação da legislação da UE pode levar a diferenças nos procedimentos específicos de arrependimento em cada país membro. Como resultado, como apontado por Rebelo<sup>358</sup>, a jurisprudência do Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE) desempenha um papel crucial na interpretação e aplicação uniforme do direito de arrependimento em toda a UE.

Além disso, conforme destacado por Mendonça<sup>359</sup>, os consumidores devem estar cientes de que o direito de arrependimento pode não se aplicar a certas transações específicas, como contratos de serviços personalizados ou produtos selados que foram abertos após a entrega. Em resumo, o direito de arrependimento na UE oferece aos

<sup>358</sup> REBELO, ref. 156.

<sup>359</sup> MENDONÇA, ref. 93.

consumidores uma proteção importante ao realizar compras à distância ou fora do estabelecimento comercial. Embora haja uma legislação harmonizada, as diferenças na implementação nacional e a jurisprudência do TJUE influenciam a forma como esse direito é exercido e interpretado em toda a UE.

#### 4.1.1 Direito de arrependimento em Portugal

O DL n.º 24/2014<sup>360</sup>, de 14 de fevereiro, representa um marco importante na legislação portuguesa sobre contratos celebrados fora do estabelecimento comercial. Esse DL surge como resposta à necessidade de adaptação às mudanças no panorama económico e à evolução das formas de venda, especialmente após a transposição da Diretiva n.º 97/7/CE<sup>361</sup>, de 20 de maio de 1997, sobre contratos celebrados à distância.

Anteriormente, em 1987, Portugal implementou o DL n.º 272/1987<sup>362</sup>, que regulava os contratos negociados fora dos estabelecimentos comerciais, estabelecendo obrigações de informação pré-contratual, requisitos para a celebração de contratos e reconhecendo o direito de resolução em até sete dias úteis após a celebração do contrato. No entanto, com o surgimento de novas formas de venda e a necessidade de harmonização com a legislação europeia, foi necessário reformular o regime jurídico.

Assim, em 2001, foi publicado o DL n.º 143/2001<sup>363</sup>, que transpôs a Diretiva n.º 97/7/CE<sup>364</sup> para a ordem jurídica nacional, ajustando-a ao contexto económico e introduzindo novas modalidades de venda para proteger os direitos dos consumidores. Esse DL revogou expressamente o DL n.º 272/1987<sup>365</sup>. Posteriormente, no ano de 2011, a Comissão Europeia aprovou a Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>366</sup>, que alterou profundamente os regimes aplicáveis aos contratos de consumo, visando uma harmonização total das legislações dos Estados Membros.

Essa diretiva foi transposta para a legislação nacional por intermédio do DL n.º 24/2014<sup>367</sup>, o qual incorpora as disposições da Diretiva n.º 2011/83/UE<sup>368</sup>, instituindo novas regras para os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial. Destacam-se as obrigações de informação pré-contratual, a regulamentação do direito de livre resolução, com um prazo de 14 dias, e a disponibilização de um formulário de livre resolução aos consumidores.

---

<sup>360</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>361</sup> Diretiva n.º 97/7/CE, ref. 173.

<sup>362</sup> Decreto-Lei n.º 272/1987. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 03-07-1987, n.º 150, pp. 2602-2606 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/272-1987-420014>.

<sup>363</sup> DL n.º 143/2001, ref. 104.

<sup>364</sup> Diretiva n.º 97/7/CE, *op. cit.*

<sup>365</sup> DL n.º 272/1987, *op. cit.*

<sup>366</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, ref. 10.

<sup>367</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>368</sup> Diretiva n.º 2011/83/UE, *op. cit.*

Além disso, o DL n.º 24/2014<sup>369</sup> introduz novas regras para o contrato eletrônico, exigindo que os fornecedores indiquem as restrições à entrega e os meios de pagamento aceites em seus websites. No geral, o DL busca garantir um elevado nível de proteção dos consumidores, adaptando-se às mudanças no mercado e às diretrizes europeias, ao mesmo tempo em que preserva soluções que promovem a segurança jurídica e a eficácia das transações comerciais em Portugal.

Segundo Gomide<sup>370</sup>, a LDC – Lei n.º 24/96<sup>371</sup>, de 31 de julho, é o principal marco regulatório dos direitos dos consumidores em Portugal. Em seu artigo 3.º, estabelece diversos direitos fundamentais dos consumidores, entre os quais se destaca o direito à informação para o consumo. O dever geral de informação é consagrado no artigo 7.º da Lei n.º 24/96<sup>372</sup>, atribuindo ao Estado, às Regiões Autônomas e às autarquias locais a responsabilidade de promover a informação geral do consumidor.

Além disso, o artigo 8.º detalha as obrigações dos fornecedores no que tange à informação ao consumidor, exigindo clareza, objetividade e adequação nas informações fornecidas, em especial sobre características, composição, preço, período de vigência do contrato, garantias e assistência pós-venda<sup>373</sup>. No entanto, caso o fornecedor não cumpra adequadamente essas obrigações, o consumidor poderá exercer o direito de arrependimento em até sete dias úteis, conforme previsto no artigo 8.º, n.º 4<sup>374</sup>.

Nesse contexto, a possibilidade de rescisão do contrato surge como consequência do descumprimento do dever de informar por parte do comerciante. É importante notar que, diante do descumprimento do dever de informação contratual, o consumidor não possui um direito de arrependimento, mas sim um direito de resolução, conforme expresso na redação do artigo 8.º, n.º 4<sup>375</sup>. Essa distinção é semelhante ao tratamento dado pela legislação espanhola, na qual o direito de arrependimento é denominado “*derecho de desistimiento*”.

Contudo, em caso de falta de informação adequada, os consumidores passam a dispor de um “*derecho de resolver el contrato*”, conforme ressalta Gomide<sup>376</sup>. Cumpre observar que a Lei n.º 24/96<sup>377</sup> não especifica procedimentos práticos para o exercício do direito de arrependimento. Questões como a forma de exercício do direito (por carta ou *e-mail*), prazos para devolução de bens e responsabilidade pelos custos de

---

<sup>369</sup> DL n.º 24/2014, ref. 4.

<sup>370</sup> GOMIDE, ref. 158.

<sup>371</sup> Lei n.º 24/96, ref. 33.

<sup>372</sup> *Ibidem*.

<sup>373</sup> GOMIDE, *op. cit.*

<sup>374</sup> Lei n.º 24/96, *op. cit.*

<sup>375</sup> *Ibidem*.

<sup>376</sup> GOMIDE, *op. cit.*, p. 121.

<sup>377</sup> Lei n.º 24/96, *op. cit.*

devolução não são detalhadas. Tal lacuna na legislação frisa a necessidade de evolução e aprimoramento das leis subsequentes, como será abordado adiante.

O artigo 16.º-B da Diretiva n.º 2023/2673<sup>378</sup> estabelece o direito de retratação para contratos à distância relativos a serviços financeiros. De acordo com esse artigo, os Estados-Membros devem garantir que os consumidores tenham um prazo de 14 dias para exercer o direito de retratação de um contrato, sem penalização e sem necessidade de indicar qualquer motivo. No entanto, esse prazo é estendido para 30 dias no caso de contratos à distância relacionados a operações referentes a pensões individuais.

O prazo para o exercício do direito de retratação começa a contar a partir da data da celebração do contrato à distância ou da data em que o consumidor recebe os termos e condições do contrato e as informações pré-contratuais, previstas no artigo 16.º-A, se essa última data for posterior à data de celebração do contrato. Desse modo, o artigo 16.º-A da Diretiva n.º 2023/2673<sup>379</sup> estabelece as regras relativas aos contratos de serviços financeiros celebrados à distância.

O item 5 do referido artigo determina que, caso as informações pré-contratuais referidas no n.º 1 sejam fornecidas menos de um dia antes de o consumidor ficar vinculado pelo contrato à distância, os Estados-Membros devem exigir que o profissional envie ao consumidor um lembrete da possibilidade de retratação do contrato à distância e do procedimento a seguir para a retratação, conforme estabelecido no artigo 16.º-B<sup>380</sup>.

Esse lembrete deve ser enviado ao consumidor, em um suporte duradouro, entre um e sete dias após a celebração do contrato à distância. Pontua-se que o direito de retratação não se aplica a determinados serviços financeiros, como aqueles cujo preço depende de flutuações do mercado financeiro, apólices de seguros de viagem e de bagagem de curto prazo, e contratos integralmente cumpridos antes do consumidor exercer o direito de retratação.

Além disso, se o consumidor exercer o direito de retratação dentro do prazo estabelecido, ele não será vinculado por contratos acessórios relacionados ao contrato à distância relativo a um serviço financeiro. Os Estados-Membros têm a opção de aplicar as disposições sobre o direito de retratação especificadas na Diretiva n.º 2014/17/UE<sup>381</sup> para contratos de crédito, excluídos do escopo dessa diretiva, ou as disposições da Diretiva n.º 2023/2225<sup>382</sup> para os mesmos tipos de contratos excluídos do escopo dessa última diretiva.

---

<sup>378</sup> Diretiva n.º 2023/2673, ref. 207.

<sup>379</sup> *Ibidem*.

<sup>380</sup> *Ibidem*.

<sup>381</sup> Diretiva n.º 2014/17/UE. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 28-02-2014, n.º L60, pp. 34-85 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <http://data.europa.eu/eli/dir/2014/17/oj>.

<sup>382</sup> Diretiva n.º 2023/2225, ref. 196.

## 4.2 Comparação entre os sistemas jurídicos

O direito ao arrependimento do consumidor é uma temática relevante tanto em Portugal quanto no Brasil, sendo regulamentado em ambos os países com o objetivo de proteger os direitos dos consumidores em transações comerciais.

Em Portugal, autores como Gaio Júnior<sup>383</sup> destacam que, caso as informações pré-contratuais sejam fornecidas menos de um dia antes do consumidor ficar vinculado pelo contrato, é obrigatório enviar um lembrete da possibilidade de arrependimento. No Brasil, autores como Barros<sup>384</sup> discutem o direito ao arrependimento previsto no CDC (Lei n.º 8.078/1990).

Segundo o artigo 49 do CDC<sup>385</sup>, o consumidor tem o direito de desistir do contrato no prazo de sete dias a contar da assinatura ou do recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou pela *Internet*. Nesse caso, o consumidor pode exercer o direito de arrependimento sem a necessidade de justificativa e sem incorrer em qualquer ônus, inclusive dos custos de devolução do produto.

Ambos os sistemas jurídicos buscam garantir proteção e segurança dos consumidores, possibilitando-os desistir de contratos celebrados à distância ou fora do estabelecimento comercial, caso sintam a necessidade ou se arrependam da compra. No entanto, enquanto em Portugal o prazo é de 14 dias, no Brasil é de sete dias, e há diferenças nas exigências relacionadas à comunicação prévia e aos lembretes sobre o direito ao arrependimento.

Essas diferenças refletem as particularidades de cada sistema jurídico e as legislações específicas adotadas em cada país para proteger os direitos dos consumidores. Ambos os países estão alinhados com as diretrizes internacionais de proteção ao consumidor, buscando proporcionar um ambiente de consumo justo e seguro.

O direito ao arrependimento do consumidor é um aspecto fundamental tanto no ordenamento jurídico de Portugal quanto no Brasil, embora apresentem algumas similaridades e diferenças significativas. Em ambos os países, é estabelecido um prazo para o exercício desse direito após a celebração do contrato. Geralmente, esse prazo varia de 7 a 14 dias. Além disso, tanto em Portugal quanto no Brasil, há exceções legais em que o direito ao arrependimento não se aplica, como em contratos de serviços iniciados imediatamente ou produtos personalizados.

---

<sup>383</sup> GAIO JÚNIOR, ref. 190.

<sup>384</sup> BARROS, ref. 1.

<sup>385</sup> NEGRÃO, ref. 6.

Outra similaridade está na obrigação dos fornecedores em fornecer informações claras e precisas sobre o direito ao arrependimento ao consumidor antes e após a celebração do contrato. Essa transparência é essencial para garantir ao consumidor pleno conhecimento de seus direitos e obrigações. Todavia, algumas diferenças são notadas nos regimes jurídicos de ambos os países. Uma delas é o próprio prazo para exercício do direito ao arrependimento. Enquanto no Brasil esse prazo é geralmente de 7 dias, em Portugal pode variar conforme o tipo de contrato, podendo ser de 14 dias ou até 30 dias em casos específicos, como em contratos de serviços financeiros. Veja-se:

Quadro 2 – Principais diferenças e semelhanças – Portugal e Brasil

	<b>Portugal</b>	<b>Brasil</b>
<b>Lei Aplicável</b>	Decreto-Lei n.º 24/2014	Código de Defesa do Consumidor (Lei n.º 8.078/1990)
<b>Prazo de Arrependimento</b>	14 dias	7 dias
<b>Exceções ao Direito de Arrependimento</b>	Exceções ao Direito de Arrependimento	Serviços iniciados imediatamente, produtos personalizados
<b>Comunicação Prévia do Direito de Arrependimento</b>	Obrigatório enviar lembrete se informações pré-contratuais fornecidas menos de um dia antes do contrato	Obrigatório fornecer informações claras e precisas sobre o direito de arrependimento antes e após a celebração do contrato
<b>Exceções Específicas</b>	Contratos de serviços financeiros podem ter prazos de até 30 dias	Considera-se decisões específicas dos Tribunais
<b>Legislação Aplicável</b>	Diretiva n.º 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho	Código Civil e demais Leis pertinentes ao caso concreto que se apresenta
<b>Decisões Judiciais</b>	Variações na interpretação e aplicação do direito ao arrependimento	Variações na interpretação e aplicação do direito ao arrependimento

Fonte: Elaboração própria (2024).

Pontua-se que as exceções específicas ao direito ao arrependimento podem variar entre os dois países, com diferenças nas categorias de produtos ou serviços excluídos do direito de retratação. As legislações aplicáveis também são distintas, com cada país tendo a sua própria legislação e regulamentação sobre o assunto. Percebe-se que tanto Portugal quanto Brasil têm legislações robustas voltadas para a defesa dos direitos dos consumidores, embora apresentem diferenças significativas em termos de abrangência, prazos e aplicabilidade.

A legislação consumerista em ambos os países visa garantir que os consumidores estejam protegidos contra práticas abusivas, garantindo transparência, segurança e qualidade nos produtos e serviços adquiridos. Um dos aspectos fundamentais dessas legislações é o direito de arrependimento, que permite ao consumidor desistir de contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, como compras *on-line* ou por telefone, sem a necessidade de justificativa.

No entanto, os prazos e as condições para exercer esse direito podem variar entre os dois países, o que pode impactar a experiência do consumidor e as suas opções de compra. Além disso, o contrato eletrônico exerce um papel cada vez mais significativo no cenário econômico global, oferecendo conveniência e acesso a uma variedade de produtos e serviços. Porém, também apresenta desafios, como questões de segurança cibernética e proteção de dados pessoais, que exigem medidas regulatórias e práticas de segurança eficazes.

Para entender melhor tais questões, esboça-se a seguir um quadro comparativo com vantagens e desvantagens da legislação consumerista, direito de arrependimento e contrato eletrônico em Portugal e Brasil, destacando as diferenças e semelhanças entre os dois sistemas jurídicos e as implicações para os consumidores.

Quadro 3 – Principais diferenças e semelhanças – Portugal e Brasil

	Portugal	Brasil
<b>Legislação consumerista</b>	<b>Vantagens:</b> Transpõe diretivas da UE para proteção do consumidor, abrange uma ampla gama de direitos e proteções para o consumidor e é atualizada de acordo com as necessidades do mercado.	<b>Vantagens:</b> Código de Defesa do Consumidor abrangente e consolidado, estabelece uma série de direitos e garantias para os consumidores e possui uma previsão de órgãos de proteção ao consumidor, como o Procon.
	<b>Desvantagens:</b> Possível complexidade de interpretação e aplicação da legislação, devido à transposição de diretivas da UE e a necessidade de atualização constante para acompanhar as mudanças na legislação da EU.	<b>Desvantagens:</b> Necessidade de maior fiscalização e aplicação efetiva da legislação, devido à presença de práticas abusivas no mercado e existência de processos judiciais muitas vezes demorados e burocráticos.
<b>Direito de arrependimento</b>	<b>Vantagens:</b> Prazo de 14 dias para arrependimento, proporcionando mais tempo para reflexão e decisão e obrigatoriedade de lembrete em caso de fornecimento tardio de informações pré-contratuais.	<b>Vantagens:</b> Prazo de 7 dias para arrependimento, ainda permitindo ao consumidor desistir do contrato, existência de proteção contra práticas abusivas de fornecedores, especialmente em vendas à distância. Sem custos de devolução do bem para o consumidor.

	<b>Desvantagens:</b> Complexidade na aplicação de exceções ao direito de arrependimento, especialmente em contratos de serviços financeiros. Em princípio, pagamento do custo da devolução do bem pelo consumidor.	<b>Desvantagens:</b> Prazo mais curto para arrependimento, podendo limitar o tempo disponível para avaliação do produto ou serviço e a possibilidade de dificuldade na comunicação prévia do direito de arrependimento por parte do fornecedor.
<b>Contrato eletrônico</b>	<b>Vantagens:</b> Facilidade de acesso a bens e serviços por meio de plataformas <i>on-line</i> e a possibilidade de comparar preços e produtos de diferentes fornecedores facilmente.	<b>Vantagens:</b> Ampliação do acesso a bens e serviços, especialmente para consumidores em áreas remotas e a maior conveniência e praticidade na realização de compras.
	<b>Desvantagens:</b> Riscos de segurança de dados e privacidade do consumidor ao realizar transações <i>on-line</i> e a possibilidade de fraudes e golpes, exigindo maior vigilância por parte do consumidor.	<b>Desvantagens:</b> Riscos de segurança cibernética, como roubo de dados pessoais e financeiros e a possibilidade de dificuldade na resolução de problemas e reclamações em transações <i>on-line</i> , especialmente com fornecedores internacionais.

Fonte: Elaboração própria (2024).

Em resumo, ao comparar a legislação consumerista, o direito de arrependimento e o contrato eletrônico entre Portugal e Brasil, é evidente o esforço de ambos os países em garantir a proteção e os direitos dos consumidores. No tocante ao contrato eletrônico, há desafios similares enfrentados por ambas as nações, como segurança cibernética e proteção de dados pessoais, os quais demandam medidas regulatórias e práticas de segurança eficazes.

Destaca-se a importância de os consumidores estarem cientes de seus direitos e obrigações ao realizar transações comerciais, seja *on-line* ou *off-line*. Através de uma legislação eficiente e do cumprimento das normas estabelecidas, é viável assegurar um ambiente de consumo justo, transparente e seguro para todos os envolvidos.

Por fim, vale ressaltar que as decisões judiciais e a interpretação dos tribunais podem variar entre Portugal e Brasil, o que pode resultar em diferentes entendimentos e aplicação do direito ao arrependimento em situações específicas. Portanto, é fundamental consultar a legislação e a doutrina específicas de cada país para uma compreensão mais aprofundada das nuances e particularidades de cada sistema jurídico.

## 5 CONCLUSÃO

O Brasil avançou significativamente na proteção dos direitos do consumidor desde a promulgação da CF/1988, que inseriu pela primeira vez essa defesa entre os direitos fundamentais. Essa inclusão tornou a proteção do consumidor uma obrigação do Estado, cujo descumprimento não pode ser alterado por emenda constitucional. Com a promulgação do CDC em 1990, o Brasil se destacou internacionalmente na defesa dos direitos do consumidor, estabelecendo princípios fundamentais e garantindo a proteção da vida, segurança e informação adequada dos consumidores.

O CDC estabeleceu um prazo para o exercício do direito ao arrependimento, assim como garantias contra publicidade enganosa, cláusulas abusivas e acesso à justiça. Esse código se tornou um importante marco no fortalecimento da cidadania, promovendo a educação para o consumo e a participação dos consumidores na formulação de políticas de consumo.

No Brasil, o STJ desempenha um papel crucial na interpretação e aplicação das normas consumeristas, produzindo uma ampla jurisprudência sobre o assunto. As decisões do STJ têm impacto direto nas relações de consumo, influenciando não apenas os consumidores, mas também os fornecedores e toda a cadeia produtiva. Entre os temas abordados pelo STJ, destacam-se a responsabilidade solidária da cadeia de produção, os limites da publicidade, a proteção contra o superendividamento e a relação entre direito do consumidor e proteção de crédito.

Esses temas refletem a constante preocupação do tribunal em garantir a efetiva proteção dos direitos dos consumidores, promovendo uma justiça mais equitativa e acessível a todos. Assim, o Brasil tem avançado na proteção dos direitos do consumidor, reconhecendo a importância de garantir uma relação justa e equilibrada entre consumidores e fornecedores. O fortalecimento do direito do consumidor é essencial para a promoção da cidadania e o desenvolvimento socioeconômico do país.

Após analisar as similaridades e diferenças entre os regimes jurídicos do direito ao arrependimento do consumidor em Portugal e no Brasil, é possível concluir que ambos os países compartilham o objetivo fundamental de proteger os direitos dos consumidores, garantindo-lhes a oportunidade de reconsiderar contratos celebrados à distância e realizar compras de forma mais segura e consciente.

Todavia, as divergências nos prazos para exercício do direito ao arrependimento, nas exceções específicas e na legislação aplicável evidenciam as particularidades de cada sistema jurídico e refletem as diferentes abordagens adotadas para lidar com questões relacionadas ao consumo e à proteção do consumidor. Olhando para o futuro,

é possível vislumbrar tendências que podem influenciar o desenvolvimento do direito de arrependimento em ambos os países.

Com o avanço das tecnologias e o crescimento do contrato eletrônico, é provável que haja uma maior demanda por regulamentações específicas e atualizadas para lidar com as novas formas de consumo digital. Além disso, a crescente conscientização dos consumidores sobre seus direitos e a busca por uma maior transparência por parte dos fornecedores podem levar a uma maior ênfase na educação para o consumo e na divulgação clara das informações sobre o direito ao arrependimento.

Apesar dos avanços significativos na proteção dos direitos do consumidor tanto no Brasil quanto em Portugal, ainda há desafios a serem superados para adequar a legislação às demandas do contrato eletrônico e às novas formas de consumo digital. No contexto brasileiro, a necessidade de atualizar o CDC, elaborado em 1990, para contemplar as particularidades do contrato eletrônico é evidente. Questões como prazos de arrependimento, proteção de dados pessoais e regulação de transações envolvendo criptomoedas demandam uma abordagem mais atualizada e específica.

Da mesma forma, em Portugal, é necessário revisar e aprimorar a legislação existente para garantir uma proteção eficaz aos consumidores nas transações *on-line*. Embora a Diretiva da UE tenha estabelecido parâmetros para o direito de arrependimento, é importante adaptar essas diretrizes à realidade do país e às necessidades dos consumidores portugueses.

Uma perspectiva interessante para análise dos desafios seria a criação de uma legislação internacional que estabeleça padrões mínimos de proteção ao consumidor no contrato eletrônico, permitindo uma maior harmonização entre os diferentes países. Essa abordagem poderia facilitar o desenvolvimento de políticas públicas e regulamentações específicas para o contrato eletrônico, garantindo uma proteção mais abrangente e uniforme aos consumidores em todo o mundo.

Além disso, é fundamental investir em educação para o consumo, tanto no Brasil quanto em Portugal, para capacitar os consumidores a exercerem seus direitos de forma consciente e responsável. Isso inclui a disseminação de informações claras e acessíveis sobre o direito ao arrependimento, bem como a promoção de campanhas de conscientização sobre práticas comerciais éticas e responsáveis.

Em última análise, o avanço do direito de arrependimento em Portugal e no Brasil requer um comprometimento conjunto de autoridades, legisladores, judiciário, consumidores e empresas. Somente através de uma abordagem colaborativa e engajada, podemos superar os desafios existentes e fomentar relações de consumo mais justas, equitativas e sustentáveis. É fundamental buscar um equilíbrio entre a proteção dos consumidores e a promoção de um ambiente de negócios competitivo. Por

meio do diálogo contínuo entre as partes interessadas, podemos desenvolver um arcabouço jurídico que atenda às necessidades e expectativas de todos os envolvidos, fortalecendo assim as bases para relações de consumo mais equilibradas e duradouras.

## REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, A. L. *Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação*. 4.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Atlas, 2002. ISBN 8522431442.
- ALMEIDA, C. F. *Contratos I*. Coimbra: Almedina, 2005a. ISBN 9724025888.
- ALMEIDA, C. F. *Direito do consumo*. Coimbra: Almedina, 2005b. ISBN 9789724025483.
- ALVES, F. M. O direito de arrependimento do consumidor: Exceções à regra e necessidade de evolução legislativa no Brasil. *Revista Jus Navigandi* [em linha]. 2007, vol. 11, n.º 1353, pp. 1-6 [consult. 20 jan. 2024]. ISSN 15184862. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/9605/o-direito-de-arrependimento-do-consumidor>.
- ASSIS, A. e MOLINARO, C. A. Art. 5º, LVI. In: J. J. G. CANOTILHO, *et al.*, eds. *Comentários à Constituição do Brasil*. 2.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Saraiva, 2018, p. 470-477. ISBN 9788553172641.
- CALAIS-AULOY, J. La vente à distance en Droit français. *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*. 1995, n.º 4, p. 7. ISSN 08739773.
- BALLESTEROS, M. S. B. El derecho de desistimiento en la directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre derechos de los consumidores. *Revista CESCO de Derecho de Consumo* [em linha]. 2012, vol. 1, n.º 1, pp. 61-79 [consult. 15 jan. 2024]. ISSN 22542582. Disponível em: <https://revista.uclm.es/index.php/cesco/article/view/11>.
- BARATA, C. L. Direito de livre desvinculação do consumidor. In: R. P. C. M. ATAÍDE, F. R. ROCHA e V. P. FIDALGO, coords. *Estudos de direito do consumo*. Coimbra: Almedina, 2023, vol. 1, pp. 707-766. ISBN 9789894008958.
- BARIATTI, S. La compétence internationale et le droit applicable au contentieux du commerce électronique (jurisdiction and applicable law in e-commerce litigation). *Rivista di Diritto Internazionale Privato e Processuale*. 2002, vol. 38, n.º 1, pp. 19-32. ISSN 00356174.
- BARROS, J. P. L. Os contratos de consumo celebrados pela *Internet*: um estudo de direito comparado luso-brasileiro. *Revista Jurídica Luso-Brasileira* [em linha]. 2017, vol. 3, n.º 4, pp. 781-843 [consult. 15 jan. 2024]. ISSN 2183-539X. Disponível em: [https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2017/4/2017\\_04\\_0781\\_0843.pdf](https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2017/4/2017_04_0781_0843.pdf).
- BARROS, J. P. L. O direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de consumo como forma de extinção das obrigações: um estudo de direito comparado luso-brasileiro. In: A. P. MONTEIRO, ed. *Estudos de direito do consumidor*. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2018, pp. 113-183. ISBN 16460375.
- BITTAR, C. A. *Direitos do consumidor: Código de Defesa do Consumidor*. 6.<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003. ISBN 8521803311.
- CARVALHO, J. M. Implementation of the consumer rights directive: Portugal. *Journal of European Consumer and Market Law* [em linha]. 2014, vol. 3, n.º 4, pp. 285-289 [consult. 20 jan. 2024]. ISSN 23644710. Disponível em: <https://kluwerlawonline.com/journalarticle/Journal+of+European+Consumer+and+Market+Law/3.4/EuCML2014052>.
- CARVALHO, J. M. *Manual de direito do consumo*. 8.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Almedina, 2022. ISBN 9789894009535.
- COELHO, F. U. *Curso de direito comercial*. 10.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Saraiva, 2006, vol. 3. ISBN 8502025635.
- COSTA, M. J. A. *Direito das obrigações*. 9.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Almedina, 2001. ISBN 9724015823.
- COUTO, R. I. E. F. *Comércio e consumo electrónico: algumas considerações jurídicas* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2004 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível no Repositório IPB: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/6146>.

- DE LUCCA, N. *Aspectos jurídicos da contratação informática e telemática*. São Paulo: Saraiva, 2003. ISBN 8502043676.
- DIDIER JR., F. coord. *Enunciados do Fórum Permanente de Processualistas Cíveis* [em linha]. Florianópolis: Jus Podivm, 2017 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://institutodc.com.br/wp-content/uploads/2017/06/FPPC-Carta-de-Florianopolis.pdf>.
- DINIS, M. Contratos celebrados à distância e contratos celebrados fora do estabelecimento comercial: da transposição da diretiva para o ordenamento jurídico português. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo* [em linha]. 2014, vol. 4, n.º 15, pp. 99-126 [consult. 15 jan. 2024]. ISSN 22371168. Disponível em: <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/76602>.
- FINKELSTEIN, M. E. *Aspectos jurídicos do comércio eletrônico*. Porto Alegre: Síntese, 2004. ISBN 8588680947.
- FINKELSTEIN, M. E. R. e SACCO NETO, F. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. ISBN 9788535223958.
- FROTA, M. Do regime jurídico do crédito ao consumidor na União Europeia e seus reflexos em Portugal: a inversão do paradigma. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo* [em linha]. 2011, vol. 20, n.º 78, pp. 23-66 [consult. 15 jan. 2024]. ISSN 22371168. Disponível em: <https://bdjur.stj.jus.br/jspui/handle/2011/72773>.
- GAIO JÚNIOR, A. P. A proteção ao consumidor como um elemento propulsor da efetividade integracionista: União Europeia e o seu modelo protetivo consumerista. *Revista de Direito do Consumidor* [em linha]. 2016, vol. 25, n.º 107, pp. 169-195 [consult. 20 jan. 2024]. ISSN 14157705. Disponível em: [https://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao\\_e\\_divulgacao/doc\\_biblioteca/bibli\\_servicos\\_produtos/bibli\\_boletim/bibli\\_bol\\_2006/RDCons\\_n.107.07.PDF](https://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/RDCons_n.107.07.PDF).
- GOMIDE, A. J. *Direito de arrependimento nos contratos* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2009 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/3563>.
- KOTLER, P. e KELLER, K. L. *Marketing management*. 15.ª ed. New York: Pearson, 2016. ISBN 9780133856460.
- LARA, B. F. *O direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de consumo* [em linha]. Monografia de Graduação, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2011 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível no Repositório UNICEUB: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/290>.
- LAUDON, K. C. e TRAVER, C. G. *E-commerce: business, technology, society*. 15.ª ed. New York: Pearson, 2019. ISBN 9780134998459.
- LORENZETTI, R. L. *Comércio eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. ISBN 8520325831.
- LOUREIRO, F. S. Do direito de desistência ou de retratação no contrato de crédito ao consumidor. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo* [em linha]. 2015, vol. 5, n.º 18, pp. 121-141. ISSN 22371168. Disponível em: <http://bdjur.stj.jus.br/dspace/handle/2011/92454>.
- MARQUES, C. L. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4.ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. ISBN 8520322506.
- MARQUES, C. L. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 6.ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. ISBN 9788520338988.
- MARQUES, C. L., BENJAMIN, A. H. V. e MIRAGEM, B. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 2.ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. ISBN 8520328164.

- MARTINEZ, P. R. *Da cessação do contrato*. 2.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Almedina, 2006. ISBN 9789724028224.
- MARTINS, C. G. *O direito de arrependimento nos contratos de consumo em especial* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Lusíada do Porto, Porto, 2019 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório ULusíada: <http://hdl.handle.net/11067/5339>.
- MEIRELLES, L. C. S. F. A proteção do consumidor e o direito ao arrependimento: uma ruptura com os postulados liberais dos contratos. *Revista Jurídica do Ministério Público* [em linha]. 2008, vol. 1, n.º 3, pp. 13-34 [consult. 15 jan. 2024]. E-ISSN 27641910. Disponível em: <https://revistajuridica.mppb.mp.br/revista/article/view/42>.
- MENDONÇA, M. P. S. *O direito de arrependimento nos contratos celebrados pela Internet* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2017 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório UC: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/84239>.
- MONTEIRO, A. P. *Estudos de direito do consumidor*. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2019. ISSN 16460375.
- MONTEIRO, A. P., PINTO, C. A. M. e PINTO, P. M. *Teoria geral do direito civil*. 5.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Gestlegal, 2020.
- MOREIRA, T. Novos desafios para a contratação à distância: a perspectiva da defesa do consumidor. *Estudos de Direito do Consumidor*. 2015, n.º 9, pp. 19-36. ISSN 16460375.
- NEGRÃO, C. L. C. A., org. *Código de Defesa do Consumidor*. 12.<sup>a</sup> ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2022. ISBN 9788540208445.
- NEGRÃO, R. *Código de defesa do consumidor e legislação consumerista*. 11.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.
- NERY JUNIOR, N. Da proteção contratual. In: A. P. GRINOVER, et al., eds. *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 9.<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, pp. 504-638. ISBN 9788521804123.
- NUNES, L. A. R. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 5.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Saraiva, 2010. ISBN 9788502096202.
- PANICHI, R. A. G. Meios de prova nos contratos eletrônicos, realizados por meio da Internet. *Revista de Direito Privado*. 2003, n.º 16, pp. 260-271. ISBN 8520325483.
- PEREIRA, A. D. *Comércio electrónico na sociedade da informação: da segurança técnica à confiança jurídica*. Coimbra: Almedina, 1999. ISBN 9724012476.
- PEREIRA, A. L. D. Contratos de fornecimento de conteúdos e serviços digitais. In: A. P. MONTEIRO, ed. *Estudos de direito do consumidor*. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2019, pp. 9-36. ISBN 16460375.
- PEREIRA, J. D. *O direito de arrependimento do consumidor nos contratos celebrados à distância: um estudo de direito comparado* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade do Minho, 2015 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível no Repositório UM: <https://hdl.handle.net/1822/40878>.
- REBELO, F. O direito à informação do consumidor na contratação à distância. In: M. FROTA, ed. *Liber amicorum Mário Frota: a causa dos direitos dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2012, pp. 103-153. ISBN 9724047148.
- REBELO, F. M. N. O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da proteção do consumidor. In: A. F. CORREIA, O. CARVALHO e V. L. XAVIER, eds. *Nos 20 anos do Código das Sociedades Comerciais: homenagem aos professores doutores A. Ferrer Correia, Orlando de Carvalho e Vasco Lobo Xavier*. Coimbra: Coimbra, 2007, pp. 571-617. ISBN 9789723215403.
- SANTOS, E. N. C. P. *As práticas comerciais desleais: uma proteção nas relações com os consumidores ou uma limitação à livre concorrência e à liberdade contratual?*

- [em linha]. Tese de doutoramento, Universidade Autónoma de Lisboa, Lisboa, 2014 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório UAL: <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/421>.
- SOUSA, A. J. N. T. *O direito de arrependimento nos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2015 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível no Repositório UNL: <https://run.unl.pt/handle/10362/15186>.
- TARTUCE, F. e NEVES, D. A. A. *Manual de direito do consumidor: direito material e processual*. 13.<sup>a</sup> ed. São Paulo: Método, 2024. ISBN 9786559649983.
- TEIXEIRA NETO, F. e FALEIROS JÚNIOR, J. L. M. Contratos eletrônicos de consumo nos 30 anos do Código de Defesa do Consumidor: reflexões à luz das experiências brasileira e portuguesa. *Revista Eletrônica de Direito do Centro Universitário Newton Paiva* [em linha]. 2020, n.º 41, pp. 145-171 [consult. 15 jan. 2024]. E-ISSN 16788729. Disponível em: <https://revistas.newtonpaiva.br/redcunp/n-41-contratos-eletronicos-de-consumo-nos-30-anos-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-reflexoes-a-luz-das-experiencias-brasileira-e-portuguesa/>.
- TURBAN, E., et al. *Electronic commerce: a managerial and social networks perspective*. 9.<sup>a</sup> ed. Cham: Springer, 2018. ISBN 9783319587141.
- VALE, C. I. C. C. *Contratos celebrados à distância e contratos celebrados fora do estabelecimento comercial* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2022 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório UCP: <http://hdl.handle.net/10400.14/39032>.
- VIEIRA, D. N. T. *Direito de arrependimento nos contratos de consumo* [em linha]. Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa Porto, 2015 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível no Repositório UCP: <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/18681>.

## Legislação e Jurisprudência

- Acórdão n.º 1671368. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023a [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://encr.pw/kYdZt>.
- Acórdão n.º 1673655. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023b [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://l1nq.com/zyeui>.
- Acórdão n.º 1681890. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023c [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://encr.pw/3A2ZB>.
- Acórdão n.º 1676532. *Processo Judicial Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023d [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://l1nq.com/0oVN4>.
- Acórdão n.º 1663014. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023e [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://acesse.dev/8vFVm>.
- Acórdão n.º 1668920. *Processo Judicial Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023f [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://acesse.dev/EjxbS>.
- Acórdão n.º 1670590. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2023g [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://acesse.dev/gDsmz>.
- Agravo Interno no Agravo em Recurso Especial n.º 1.454.583/PE. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Superior Tribunal de Justiça, 2019 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://abrir.link/DGOBR>.

- BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. *Consumidor segundo a teoria finalista mitigada* [em linha]. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2024 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-avisao-do-tjdft-1/definicao-de-consumidor-e-fornecedor/mitigacao-da-teoria-finalista-para-o-finalismo-aprofundado>.
- Decreto-Lei n.º 47.344/66 [Código Civil]. *Diário do Governo, 1ª Série*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 25-11-1966, n.º 274, pp. 1883-2086. [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/47344-1966-477358>.
- Decreto-Lei n.º 275/93. *Diário da República, 1ª Série-A* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 05-08-1993, n.º 182, pp. 4194-4204 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/275-1993-357148>.
- Decreto-Lei n.º 143/2001. *Diário da República, 1ª Série-A* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 26-04-2001, n.º 97, pp. 2360-2367 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/143-2001-165020>.
- Decreto-Lei n.º 7/2004. *Diário da República, 1ª Série-A* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 01-07-2004, n.º 5/2004, pp. 70-78 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/7-2004-240775>.
- Decreto-Lei n.º 95/2006. *Diário da República, 1ª Série-A* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 29-05-2006, n.º 103, pp. 3577-3584 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/95-2006-286078>.
- Decreto-Lei n.º 57/2008. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 26-03-2008, n.º 60, pp. 1747-1754 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/modificacoes/2008-34454075-75116084>.
- Decreto-Lei n.º 82/2008. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 20-05-2008, n.º 97, pp. 2871-2879 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/analise-juridica/decreto-lei/82-2008-249242>.
- Decreto-Lei n.º 133/2009. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 02-06-2009, n.º 106, pp. 3438-3452 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/133-2009-494264>.
- Decreto-Lei n.º 317/2009. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 30-10-2009, n.º 211, pp. 8271-8301 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/317-2009-483411>.
- Decreto-Lei n.º 24/2014. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 14-02-2014, n.º 32, pp. 1393-1403 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/24-2014-572450>.
- Decreto-Lei n.º 17/2018. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 08-03-2018, n.º 48, pp. 1215-1234 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/17-2018-114832293>.
- Diretiva n.º 85/577/CEE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Conselho das Comunidades Europeias, 31-12-1985, n.º L372, pp. 31-133 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/1985/372/oj>.

- 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A31985L0577>.
- Diretiva n.º 93/13/CEE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Luxemburgo: Conselho das Comunidades Europeias, 21-04-1993, n.º L95, pp. 29-34 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:31993L0013>.
- Diretiva n.º 97/7/CE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 04-06-1997, n.º L144, pp. 19-27 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A31997L0007>.
- Diretiva n.º 97/794. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias, 26-11-1997, n.º L323, pp. 31-36 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:31997D0794>.
- Diretiva n.º 1999/44/CE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 07-07-1999, n.º L171, pp. 12-16 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A31999L0044>.
- Diretiva n.º 2000/31/CE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Luxemburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 17-07-2000, n.º L178, pp. 1-16 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32000L0031>.
- Diretiva n.º 2002/65/CE. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Bruxelas: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 09-10-2002, n.º L271, pp. 16-24 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A32002L0065>.
- Diretiva n.º 2008/48/CE. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Estrasburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 22-05-2008, n.º L133, pp. 66-92 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <http://data.europa.eu/eli/dir/2008/48/oj>.
- Diretiva n.º 2011/83/UE. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Estrasburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 22-11-2011, n.º L304, pp. 64-88 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>.
- Diretiva n.º 2014/17/UE. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 28-02-2014, n.º L60, pp. 34-85 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <http://data.europa.eu/eli/dir/2014/17/oj>.
- Diretiva n.º 2023/2225. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Estrasburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 30-10-2023, L, pp. 1-67 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2023/2225/oj?locale=pt>.
- Diretiva n.º 2023/2673. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Estrasburgo: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 28-11-2023, L, pp. 1-21 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=OJ%3AL\\_202302673](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=OJ%3AL_202302673).
- Lei n.º 24/96. *Diário da República, 1ª Série-A* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 31-07-1996, n.º 176, pp. 2184-2189 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/24-1996-406882>.
- Lei n.º 47/2014. *Diário da República, 1ª Série* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 28-07-2014, n.º 143, pp. 3991-4000 [consult. 15 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/analise-juridica/lei/47-2014-55021031>.
- Lei n.º 10.406/2002 [Código Civil]. *Diário Oficial da União, 1ª Seção* [em linha]. Brasília: Imprensa Nacional-Casa Civil, 11-01-2002, n.º 8, pp. 1-74 [consult. 20 jan. 2024].

- Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm).
- Lei n.º 13.105/2015 [Código de Processo Civil]. *Diário Oficial da União, 1ª Seção* [em linha]. Brasília: Imprensa Nacional-Casa Civil, 17-03-2015, pp. 1-51 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm).
- Lei n.º 13.709/2018. *Diário Oficial da União, 1ª Seção* [em linha]. Brasília: Imprensa Nacional-Casa Civil, 15-08-2018, n.º 157, p. 59 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm).
- Recurso Especial n.º 2.020.811/SP. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Superior Tribunal de Justiça, 2022 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://abrir.link/auNcp>.
- Regulamento n.º 2016/679. *Jornal Oficial da União Europeia* [em linha]. Bruxelas: Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia, 04-05-2016, L 119, pp. 1-88 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>.
- PORTUGAL. Constituição da República Portuguesa. *Diário da República, 1ª Seção* [em linha]. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 10-04-1976, n.º 86, pp. 738-775 [consult. 5 jan. 2024]. Disponível em: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-aprovacao-constituicao/1976-502635>.
- Recomendação n.º 92/295/CEE. *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* [em linha]. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias, 10-06-1992, n.º L156, pp. 21-22 [consult. 20 jan. 2024]. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX%3A31992H0295%3APT%3AHTML>.
- Recurso Ordinário em *Habeas Corpus* 79848/PE. *Diário da Justiça Eletrônico* [em linha]. Brasília: Superior Tribunal de Justiça, 2018 [consult. 10 jan. 2024]. Disponível em: <https://abrir.link/NtQVm>.

# ANEXO

Quadro 4 – Legislações

Normativa	Tradução
<p><b>§ 355 BGB (Bürgerliches Gesetzbuch):</b> „(1) Wird einem Verbraucher durch Gesetz ein Widerrufsrecht nach dieser Vorschrift eingeräumt, so sind der Verbraucher und der Unternehmer an ihre auf den Abschluss des Vertrags gerichteten Willenserklärungen nicht mehr gebunden, wenn der Verbraucher seine Willenserklärung fristgerecht widerrufen hat. Der Widerruf erfolgt durch Erklärung gegenüber dem Unternehmer. Aus der Erklärung muss der Entschluss des Verbrauchers zum Widerruf des Vertrags eindeutig hervorgehen. Der Widerruf muss keine Begründung enthalten. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs. (2) Die Widerrufsfrist beträgt 14 Tage. Sie beginnt mit Vertragsschluss, soweit nichts anderes bestimmt ist. (3) Im Falle des Widerrufs sind die empfangenen Leistungen unverzüglich zurückzugewähren. Bestimmt das Gesetz eine Höchstfrist für die Rückgewähr, so beginnt diese für den Unternehmer mit dem Zugang und für den Verbraucher mit der Abgabe der Widerrufserklärung. Ein Verbraucher wahrt diese Frist durch die rechtzeitige Absendung der Waren. Der Unternehmer trägt bei Widerruf die Gefahr der Rücksendung der Waren“.</p>	<p>Tradução livre: “(1) Se um consumidor tiver o direito de revogação de acordo com esta disposição por lei, o consumidor e o empresário não estarão mais vinculados às suas declarações de vontade relativas à conclusão do contrato, se o consumidor revogar sua declaração de vontade dentro do prazo estabelecido. A revogação é feita por declaração ao empresário. A declaração deve indicar claramente a decisão do consumidor de revogar o contrato. A revogação não precisa conter justificativa. Para cumprir o prazo, é suficiente o envio oportuno da revogação. (2) O prazo para revogação é de 14 dias. Ele começa com a celebração do contrato, a menos que seja estabelecido de outra forma. (3) Em caso de revogação, os benefícios recebidos devem ser devolvidos imediatamente. Se a lei estabelecer um prazo máximo para a devolução, este começará a correr para o empresário com o recebimento e para o consumidor com a emissão da declaração de revogação. Um consumidor cumpre esse prazo enviando as mercadorias a tempo. O empresário assume o risco de devolução das mercadorias em caso de revogação”.</p>
<p><b>§ 11 FAGG (Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz):</b> „(1) Der Verbraucher kann von einem Fernabsatzvertrag oder einem außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag binnen 14 Tagen ohne Angabe von Gründen zurücktreten. (2) Die Frist zum Rücktritt beginnt 1. bei Dienstleistungsverträgen mit dem Tag des Vertragsabschlusses, 2. bei Kaufverträgen und sonstigen auf den entgeltlichen Erwerb einer Ware gerichteten Verträgen a) mit dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der Ware erlangt, b) wenn der Verbraucher mehrere Waren im Rahmen einer einheitlichen Bestellung bestellt hat, die getrennt geliefert werden, mit dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der zuletzt gelieferten Ware erlangt, c) bei Lieferung einer</p>	<p>Tradução livre: “(1) O consumidor pode rescindir um contrato celebrado à distância ou fora dos estabelecimentos comerciais dentro de 14 dias sem fornecer justificativa. (2) O período para rescisão começa: 1. nos contratos de prestação de serviços no dia da celebração do contrato, 2. nos contratos de compra e outros contratos destinados à aquisição onerosa de bens: a) no dia em que o consumidor ou um terceiro designado pelo consumidor, que não seja o transportador, adquire a posse do bem, b) se o consumidor encomendar vários bens em uma única ordem e esses bens forem entregues separadamente, no dia em que o consumidor ou um terceiro designado pelo consumidor, que não seja o transportador, adquire a posse do último item entregue, c) na entrega de um bem em várias remessas, no dia em que o consumidor ou um terceiro designado pelo consumidor, que não seja o transportador,</p>

<p>Ware in mehreren Teilsendungen mit dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der letzten Teilsendung erlangt, d) bei Verträgen über die regelmäßige Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum hinweg mit dem Tag, an dem der Verbraucher oder ein vom Verbraucher benannter, nicht als Beförderer tätiger Dritter den Besitz an der zuerst gelieferten Ware erlangt, 3. bei einem Vertrag, der die nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge angebotene Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, die Lieferung von Fernwärme oder die Lieferung von nicht auf einem körperlichen Datenträger gespeicherten digitalen Inhalten zum Gegenstand hat, mit dem Tag des Vertragsabschlusses“.</p>	<p>adquire a posse da última remessa, d) nos contratos para a entrega regular de bens durante um período determinado, no dia em que o consumidor ou um terceiro designado pelo consumidor, que não seja o transportador, adquire a posse do primeiro bem entregue, 3. em um contrato que tem como objeto o fornecimento de água, gás ou eletricidade não embalados em volume limitado ou quantidade definida, o fornecimento de aquecimento urbano ou o fornecimento de conteúdo digital não armazenado em um suporte físico, no dia da celebração do contrato”.</p>
<p><b>Artigo VI. 47 do Code de Droit Économique:</b>  “Art. VI.47. [1 § 1er. Sans préjudice de l'article VI.53, le consommateur dispose d'un délai de 14 jours pour se rétracter d'un contrat à distance, sans avoir à motiver sa décision et sans encourir d'autres coûts que ceux prévus à l'article VI.50, § 2, et à l'article VI.51. § 2. Sans préjudice de l'article VI.48, le délai de rétractation visé au paragraphe 1er expire après une période de 14 jours à compter: 1° en ce qui concerne les contrats de service du jour de la conclusion du contrat; 2° en ce qui concerne les contrats de vente, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du bien ou: a) dans le cas de biens multiples commandés par le consommateur dans une seule commande et livrés séparément, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du dernier bien; b) dans le cas de la livraison d'un bien composé de lots ou de pièces multiples, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du dernier lot ou de la dernière pièce; c) dans le cas des contrats portant sur la livraison régulière de biens pendant une période de temps définie, du jour où le consommateur ou un tiers autre que le transporteur et désigné par le consommateur prend physiquement possession du premier bien. 3° en ce qui concerne les contrats portant sur la fourniture d'eau, de gaz et d'électricité lorsqu'ils ne sont pas conditionnés dans un</p>	<p>Tradução livre: “Art. VI.47. [1 § 1. Sem prejuízo do artigo VI.53, o consumidor tem um prazo de 14 dias para exercer o direito de retratação de um contrato à distância, sem a necessidade de justificar sua decisão e sem incorrer em outros custos além dos previstos no artigo VI.50, § 2, e no artigo VI.51. § 2. Sem prejuízo do artigo VI.48, o prazo de retratação referido no parágrafo 1 expira após um período de 14 dias a contar de: 1° no que diz respeito aos contratos de serviços, a partir do dia da conclusão do contrato; 2° no que diz respeito aos contratos de venda, a partir do dia em que o consumidor ou um terceiro que não seja o transportador e designado pelo consumidor adquire fisicamente a posse do bem ou: a) no caso de bens múltiplos encomendados pelo consumidor em uma única encomenda e entregues separadamente, a partir do dia em que o consumidor ou um terceiro que não seja o transportador e designado pelo consumidor adquire fisicamente a posse do último bem; b) no caso da entrega de um bem composto por lotes ou peças múltiplas, a partir do dia em que o consumidor ou um terceiro que não seja o transportador e designado pelo consumidor adquire fisicamente a posse do último lote ou peça; c) no caso de contratos para entrega regular de bens durante um período de tempo definido, a partir do dia em que o consumidor ou um terceiro que não seja o transportador e designado pelo consumidor adquire fisicamente a posse do primeiro bem. 3° no que diz respeito aos contratos para fornecimento de água, gás e eletricidade quando não estiverem condicionados a um volume delimitado ou quantidade</p>

<p>volume délimité ou en quantité déterminée, ainsi que de chauffage urbain, du jour de la conclusion du contrat.]” - Inséré par L 2013-12-21/23, art. 3, 009; En vigueur : 31-05-2014.</p>	<p>determinada, bem como de aquecimento urbano, a partir do dia da conclusão do contrato.]” - Inserido pela Lei de 21 de dezembro de 2013/23, art. 3, 009; Em vigor: 31-05-2014.</p>
<p><b>Artigo 55 do Закон за защита на потребителите:</b> Чл. 55. (Изм. - ДВ, бр. 61 от 2014 г., в сила от 25.07.2014 г.) (1) Когато потребителят упражни правото си на отказ от договора от разстояние или от договора извън търговския обект и когато търговецът не е предложил да прибере стоките сам, потребителят трябва да изпрати или предаде стоките обратно на търговеца или на упълномощено от него лице без неоправдано забавяне и не по-късно от 14 дни, считано от датата, на която потребителят е съобщил на търговеца за решението си да се откаже от договора по чл. 52. Крайният срок се смята за спазен, ако потребителят изпрати или предаде стоките обратно на търговеца преди изтичането на 14-дневния срок. (2) Потребителят заплаща само преките разходи за връщането на стоките по ал. 1 с изключение на случаите, когато търговецът се е съгласил да ги заплати, или ако търговецът не го е уведомил, че разходите за връщане на стоките се заплащат от потребителя. (3) При договор извън търговския обект, когато стоките са били доставени в дома на потребителя в момента на сключването на договора, търговецът е длъжен да прибере стоките за своя сметка, ако естеството на стоките е такова, че не позволява те да бъдат върнати по обичаен начин по пощата. (4) Потребителят носи отговорност само за намалената стойност на стоките, причинена от изпробването им, различно от необходимото, за да установи естеството, характеристиките и доброто им функциониране. Потребителят не носи отговорност за намалената стойност на стоките, когато търговецът не го е уведомил за правото му на отказ по чл. 47, ал. 1, т. 8. (5) Когато потребителят упражни правото си на отказ, след като е направил искане по чл. 48, ал. 3 или чл. 49, ал. 9, той заплаща на търговеца пропорционалната сума на това, което действително му е било предоставено до момента, в който потребителят е уведомил търговеца за упражняване правото на отказ. (6) Пропорционалната сума по ал. 5, която потребителят трябва да заплати на</p>	<p>Tradução livre: “Art. 55. (Mod. - DV, nº 61 de 2014, em vigor desde 25.07.2014) (1) Quando o consumidor exerce o seu direito de rescisão de um contrato à distância ou de um contrato fora do estabelecimento comercial e quando o comerciante não se propõe a recolher os bens ele próprio, o consumidor deve enviar ou entregar os bens de volta ao comerciante ou a uma pessoa autorizada por ele sem demora injustificada e no prazo máximo de 14 dias a contar da data em que o consumidor informou o comerciante da sua decisão de rescindir o contrato nos termos do art. 52. O prazo é considerado cumprido se o consumidor enviar ou entregar os bens de volta ao comerciante antes do término do período de 14 dias. (2) O consumidor só paga os custos diretos de devolução dos bens nos termos do n.º 1, com exceção dos casos em que o comerciante concorda em suportar esses custos, ou se o comerciante não o informar de que os custos de devolução dos bens são suportados pelo consumidor. (3) No caso de um contrato fora do estabelecimento comercial, quando os bens foram entregues na casa do consumidor no momento da celebração do contrato, o comerciante é obrigado a recolher os bens às suas próprias custas se a natureza dos bens for tal que não permita que sejam devolvidos pelo correio de forma normal. (4) O consumidor é responsável apenas pela depreciação dos bens resultante da sua manipulação que exceda o necessário para determinar a natureza, características e funcionamento dos mesmos. O consumidor não é responsável pela depreciação dos bens quando o comerciante não o tenha informado do seu direito de rescisão nos termos do art. 47, n.º 1, ponto 8. (5) Quando o consumidor exerce o seu direito de rescisão após ter feito um pedido nos termos do art. 48, n.º 3 ou do art. 49, n.º 9, ele deve pagar ao comerciante a quantia proporcional ao que lhe foi efetivamente fornecido até o momento em que o consumidor informou o comerciante do exercício do direito de rescisão. (6) A quantia proporcional nos termos do n.º 5, que o consumidor deve pagar ao comerciante, é calculada com base no preço final acordado no contrato. Se o preço final for excessivamente alto, a quantia proporcional é</p>

<p>търговеца, се изчислява въз основа на крайната цена, уговорена в договора. Ако крайната цена е прекомерно висока, пропорционалната сума се изчислява въз основа на пазарната стойност на това, което действително е било. [...]"</p>	<p>calculada com base no valor de mercado do que foi efetivamente fornecido. [...]"</p>
<p><b>Artigo 9 da The Consumer Protection (Distance Selling):</b> "Services performed through the use of a means of distance communication - 9. - (1) Regulation 8 shall not apply to a contract for the supply of services which are performed through the use of a means of distance communication, where those services are supplied on only one occasion and are invoiced by the operator of the means of distance communication. (2) But the supplier shall take all necessary steps to ensure that a consumer who is a party to a contract to which paragraph (1) applies is able to obtain the supplier's geographical address and the place of business to which the consumer may address any complaints."</p>	<p>Tradução livre: "Serviços realizados por meio de um meio de comunicação à distância - 9. - (1) O Regulamento 8 não se aplica a um contrato para o fornecimento de serviços que são realizados por meio de um meio de comunicação à distância, onde esses serviços são fornecidos apenas uma vez e são faturados pelo operador do meio de comunicação à distância. (2) No entanto, o fornecedor deve tomar todas as medidas necessárias para garantir que um consumidor que seja parte de um contrato ao qual se aplica o parágrafo (1) possa obter o endereço geográfico do fornecedor e o local de negócios ao qual o consumidor pode dirigir quaisquer reclamações."</p>
<p><b>Artigo 79 da Zakon o zaštiti potrošača:</b> "Opće odredbe - Članak 79. (1) Potrošač ima pravo, ne navodeći razloge za to, jednostrano raskinuti ugovor sklopljen izvan poslovnih prostorija ili sklopljen na daljinu od dana njegova sklapanja, a najkasnije u roku od 14 dana. (2) U slučaju sklapanja ugovora o kupoprodaji, rok iz stavka 1. ovoga članka započinje teći od dana kada je potrošaču ili trećoj osobi određenoj od strane potrošača, a koja nije prijevoznik, roba koja čini predmet ugovora predana u posjed. (3) Ako je jednom narudžbom naručio više komada robe koji trebaju biti isporučeni odvojeno odnosno ako je riječ o robi koja se dostavlja u više komada ili više pošiljki, rok iz stavka 1. ovoga članka započinje teći od dana kada je potrošaču ili trećoj osobi određenoj od strane potrošača, a koja nije prijevoznik, predan u posjed zadnji komad ili zadnja pošiljka robe. (4) Ako je ugovorena redovita isporuka robe kroz određeni period, rok iz stavka 1. ovoga članka započinje teći od dana kada je potrošaču ili trećoj osobi određenoj od strane potrošača, a koja nije prijevoznik, predan u posjed prvi komad ili prva pošiljka robe. (5) U slučaju sklapanja ugovora o uslugama, ugovora o isporuci vode, plina ili električne energije koji se prodaju u neograničenom obujmu ili neutvrđenoj količini te isporuci toplinske energije, kao i u slučaju sklapanja ugovora kojemu je predmet digitalni sadržaj koji nije isporučen na materijalnom nosaču podataka,</p>	<p>Tradução livre: "Disposições Gerais - Artigo 79. (1) O consumidor tem o direito de rescindir unilateralmente um contrato celebrado fora do estabelecimento comercial ou à distância a partir da data da sua celebração, sem indicar razões para tal, e no prazo máximo de 14 dias. (2) No caso de um contrato de compra e venda, o prazo estabelecido no parágrafo 1 deste artigo começa a correr a partir do dia em que a mercadoria objeto do contrato é entregue ao consumidor ou a uma terceira pessoa indicada pelo consumidor, que não seja o transportador. (3) Se o consumidor encomendou vários itens de mercadorias que devem ser entregues separadamente, ou se trata de mercadorias entregues em várias partes ou envios, o prazo estabelecido no parágrafo 1 deste artigo começa a correr a partir do dia em que o último item ou envio de mercadoria é entregue ao consumidor ou a uma terceira pessoa indicada pelo consumidor, que não seja o transportador. (4) Se foi acordada uma entrega regular de mercadorias ao longo de um período específico, o prazo estabelecido no parágrafo 1 deste artigo começa a correr a partir do dia em que o primeiro item ou envio de mercadoria é entregue ao consumidor ou a uma terceira pessoa indicada pelo consumidor, que não seja o transportador. (5) No caso de contratos de prestação de serviços, contratos de fornecimento de água, gás ou eletricidade vendidos em volume ilimitado ou quantidade</p>

<p>rok iz stavka 1. ovoga članka započinje teći od dana sklapanja ugovora.”</p>	<p>indeterminada, bem como no fornecimento de energia térmica, e também no caso de contratos cujo objeto seja conteúdo digital não fornecido em suporte material de dados, o prazo estabelecido no parágrafo 1 deste artigo começa a correr a partir da data da celebração do contrato.”</p>
<p><b>§ 18 da Forbrugeraftaleloven:</b>  “Fortrydelsesrettens område - § 18. Forbrugeren kan træde tilbage fra aftalen (fortrydelsesret) i overensstemmelse med reglerne i dette kapitel ved aftaler om fjernsalg og ved aftaler indgået uden for den erhvervsdrivendes forretningssted. Stk. 2. Reglerne i dette kapitel gælder ikke for 1) aftaler omfattet af § 7, stk. 2, 2) udførte ikkefinansielle tjenesteydelser, hvis leveringen af tjenesteydelsen er påbegyndt med forbrugers forudgående udtrykkelige samtykke og anerkendelse af, at fortrydelsesretten ophører, når tjenesteydelsen er fuldt udført, 3) levering af varer, som er fremstillet efter forbrugers specifikationer eller har fået et tydeligt personligt præg, 4) levering af varer, som må antages at blive forringet eller forældet hurtigt, 5) levering af forseglede varer, som af sundhedsbeskyttelses- eller hygiejnemæssige årsager ikke er egnede til at blive returneret, og hvor forseglingen er blevet brudt efter leveringen, 6) levering af varer, som på grund af deres art bliver uløseligt blandet sammen med andre varer ved leveringen, 7) levering af alkoholholdige drikkevarer, hvor prisen blev fastsat ved købsaftalens indgåelse og levering først kan finde sted efter 30 dage, og hvor den faktiske værdi afhænger af markedskonjunkturer, som den erhvervsdrivende ikke har indflydelse på, 8) aftaler om specifikke hastende reparations- eller vedligeholdelsesarbejder hos forbrugeren, som denne på forhånd udtrykkeligt har anmodet om, 9) levering af plomberede lyd- eller billedoptagelser eller computersoftware, som forbrugeren har brudt plomberingen på, 10) levering af aviser, tidsskrifter eller magasiner med undtagelse af abonnementsaftaler for levering af sådanne publikationer, 11) aftaler, der indgås på en offentlig auktion, 12) levering af tjenesteydelser i form af logi undtagen til beboelsesformål, transport af varer, biludlejningsvirksomhed, forplejning eller tjenesteydelser i forbindelse med fritidstilbud, når det følger af aftalen, på hvilken dato eller</p>	<p>Tradução livre: “Âmbito do Direito de Retirada § 18. O consumidor tem o direito de rescindir o contrato (direito de retirada) de acordo com as regras deste capítulo em contratos de venda à distância e em contratos celebrados fora das instalações comerciais do comerciante.  Parágrafo 2. As regras deste capítulo não se aplicam a: 1) contratos abrangidos pelo § 7, parágrafo 2, 2) serviços não financeiros executados, cuja prestação do serviço tenha sido iniciada com o consentimento prévio expresso do consumidor e reconhecimento de que o direito de retirada cessa quando o serviço estiver totalmente executado, 3) fornecimento de bens fabricados de acordo com as especificações do consumidor ou que tenham sido claramente personalizados, 4) fornecimento de bens que se presumem deteriorar-se ou ficar obsoletos rapidamente, 5) fornecimento de bens lacrados que, por razões de proteção da saúde ou higiene, não sejam adequados para serem devolvidos e cujo selo tenha sido quebrado após a entrega, 6) fornecimento de bens que, pela sua natureza, se tornem inseparavelmente misturados com outros bens na entrega, 7) fornecimento de bebidas alcoólicas, cujo preço tenha sido fixado na celebração do contrato de compra e venda e a entrega só possa ocorrer após 30 dias, e cujo valor real dependa das condições de mercado sobre as quais o comerciante não tenha controle, 8) contratos para reparos ou manutenção urgentes específicos na residência do consumidor, solicitados expressamente pelo consumidor com antecedência, 9) fornecimento de gravações de áudio ou vídeo ou software de computador lacrados que o consumidor tenha violado o lacre, 10) fornecimento de jornais, revistas ou periódicos, exceto contratos de assinatura para entrega dessas publicações, 11) contratos celebrados em leilão público, 12) fornecimento de serviços de hospedagem, exceto para fins residenciais, transporte de bens, aluguel de carros, alimentação ou serviços relacionados ao lazer, quando o</p>

inden for hvilken bestemt periode den pågældende tjenesteydelse skal udføres, [...]”	contrato especifica a data ou período específico para a prestação do serviço, [...]”
<p><b>§ 18 (6) e (7) do Zákon o Ochrane Spotřebitele:</b> “(6) Ak spotrebiteľ reklamáciu výrobku uplatnil počas prvých 12 mesiacov od kúpy, môže predávajúci vybaviť reklamáciu zamietnutím len na základe odborného posúdenia; bez ohľadu na výsledok odborného posúdenia nemožno od spotrebiteľa vyžadovať úhradu nákladov na odborné posúdenie ani iné náklady súvisiace s odborným posúdením. Predávajúci je povinný poskytnúť spotrebiteľovi kópiu odborného posúdenia odôvodňujúceho zamietnutie reklamácie najneskôr do 14 dní odo dňa vybavenia reklamácie. Tým nie je dotknutá povinnosť predávajúceho podľa odseku 9. (7) Ak spotrebiteľ reklamáciu výrobku uplatnil po 12 mesiacoch od kúpy a predávajúci ju zamietol, osoba, ktorá reklamáciu vybavila, je povinná v doklade o vybavení reklamácie uviesť, komu môže spotrebiteľ zaslať výrobok na odborné posúdenie. Ak je výrobok zaslaný na odborné posúdenie určenej osobe, náklady odborného posúdenia, ako aj všetky ostatné s tým súvisiace účelne vynaložené náklady znáša predávajúci bez ohľadu na výsledok odborného posúdenia. Ak spotrebiteľ odborným posúdením preukáže zodpovednosť predávajúceho za vadu, môže reklamáciu uplatniť znova; počas vykonávania odborného posúdenia záručná doba neplynie. Predávajúci je povinný spotrebiteľovi uhradiť do 14 dní odo dňa znova uplatnenia reklamácie všetky náklady vynaložené na odborné posúdenie, ako aj všetky s tým súvisiace účelne vynaložené náklady. Znova uplatnenú reklamáciu nemožno zamietnuť.”</p>	<p>Tradução livre: “(6) Se o consumidor apresentar uma reclamação sobre o produto nos primeiros 12 meses após a compra, o vendedor só pode rejeitar a reclamação com base em uma avaliação técnica; independentemente do resultado da avaliação técnica, não se pode exigir do consumidor o pagamento dos custos da avaliação técnica ou quaisquer outros custos relacionados à avaliação técnica. O vendedor é obrigado a fornecer ao consumidor uma cópia da avaliação técnica que justifica a rejeição da reclamação no prazo máximo de 14 dias a partir da data de processamento da reclamação. Isso não afeta a obrigação do vendedor de acordo com a seção 9.</p> <p>(7) Se o consumidor apresentar uma reclamação sobre o produto após 12 meses da compra e o vendedor a rejeitar, a pessoa que processou a reclamação é obrigada a indicar no documento de processamento da reclamação para quem o consumidor pode enviar o produto para avaliação técnica. Se o produto for enviado para avaliação técnica para a pessoa designada, os custos da avaliação técnica, bem como quaisquer outros custos relacionados, são suportados pelo vendedor, independentemente do resultado da avaliação técnica. Se o consumidor comprovar a responsabilidade do vendedor pela falha através da avaliação técnica, ele pode apresentar a reclamação novamente; durante a realização da avaliação técnica, o período de garantia não é interrompido. O vendedor é obrigado a reembolsar ao consumidor, dentro de 14 dias a partir da data de apresentação da reclamação novamente, todos os custos incorridos com a avaliação técnica, bem como quaisquer outros custos relacionados. A reclamação reapresentada não pode ser rejeitada.”</p>
<p><b>§ 56 da Zakon o Varstvu Potrošnikov:</b> “56. člen - (rok za vračilo plačanega zneska in rok za vračilo blaga) (1) Če potrošnik v skladu s prvim odstavkom prejšnjega člena zahteva znižanje kupnine ali odstopi od pogodbe ter zahteva vračilo plačanega zneska, podjetje vrne plačani znesek ali del kupnine v 14 dneh od prejema zahtevka. (2) Če potrošnik v skladu s prvim odstavkom prejšnjega člena odstopi od pogodbe in zahteva vračilo plačanega zneska, podjetju vrne blago v 14 dneh od uveljavitve zahtevka. (3) Potrošniku ni treba plačati za</p>	<p>Tradução livre: “Artigo 56 - (Prazo para reembolso do montante pago e prazo para devolução do bem) (1) Se o consumidor, de acordo com o primeiro parágrafo do artigo anterior, solicitar um desconto no preço ou rescindir o contrato e solicitar o reembolso do montante pago, a empresa deve reembolsar o montante pago ou parte do preço no prazo de 14 dias após receber o pedido. (2) Se o consumidor, de acordo com o primeiro parágrafo do artigo anterior, rescindir o contrato e solicitar o reembolso do montante</p>

<p>običajno uporabo blaga v obdobju pred vračilom blaga.”</p>	<p>pago, deve devolver o bem à empresa no prazo de 14 dias a partir da data de efetivação do pedido. (3) O consumidor não precisa pagar pelo uso normal do bem durante o período anterior à devolução do mesmo.”</p>
<p><b>Artigo 76 do Real Decreto Legislativo 1/2007:</b> “Artículo 76. Devolución de sumas percibidas por el empresario. Cuando el consumidor y usuario haya ejercido el derecho de desistimiento, el empresario estará obligado a devolver las sumas abonadas por el consumidor y usuario sin retención de gastos. La devolución de estas sumas deberá efectuarse sin demoras indebidas y, en cualquier caso, antes de que hayan transcurrido 14 días naturales desde la fecha en que haya sido informado de la decisión de desistimiento del contrato por el consumidor y usuario. Transcurrido dicho plazo sin que el consumidor y usuario haya recuperado la suma adeudada, tendrá derecho a reclamarla duplicada, sin perjuicio de que además se le indemnicen los daños y perjuicios que se le hayan causado en lo que excedan de dicha cantidad. Corresponde al empresario la carga de la prueba sobre el cumplimiento del plazo.”</p>	<p>Tradução livre: “Artículo 76. Devolução das quantias recebidas pelo empresário. Quando o consumidor tiver exercido o direito de retratação, o empresário estará obrigado a reembolsar as quantias pagas pelo consumidor sem retenção de despesas. O reembolso dessas quantias deve ser feito sem demora injustificada e, em qualquer caso, antes de 14 dias naturais a contar da data em que foi informado da decisão de retratação do contrato pelo consumidor. Passado esse prazo sem que o consumidor tenha recebido o valor devido, ele terá direito a exigir o dobro do montante, sem prejuízo de serem também indenizados pelos danos que excedam essa quantia. É responsabilidade do empresário provar o cumprimento do prazo.”</p>
<p><b>§ 56 da Tarbijakaitseadus:</b> “§ 56. Vaidluse lahendamise menetluse tähtaeg (1) Tarbija esitatud avaldus vaadatakse läbi ja vaidluse lahendamise menetluse tulemus tehakse pooltele kättesaadavaks 90 päeva jooksul tarbija avalduse menetlusse võtmisest arvates. (2) Keeruliste vaidluste korral võib komisjon pikendada käesoleva paragrahvi lõikes 1 nimetatud tähtaega. Vaidlevaid pooli teavitatakse tähtaja pikendamisest ja vaidluse menetlemise lõppemise eeldatavast tähtajast”</p>	<p>Tradução livre: “§ 56. Prazo do processo de resolução de disputas (1) O pedido apresentado pelo consumidor será analisado e o resultado do processo de resolução de disputas será disponibilizado às partes no prazo de 90 dias a partir do recebimento do pedido pelo consumidor. (2) Em casos de disputas complexas, a comissão pode prorrogar o prazo mencionado no parágrafo 1 deste artigo. As partes em disputa serão informadas sobre a prorrogação do prazo e sobre a data prevista para o término do processo de resolução da disputa.”</p>
<p><b>§ 6:16 do Laki kuluttajansuojasta:</b> “16 § (21.1.2005/29) Suoritusten palauttaminen - Kuluttajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua peruuttamisilmoituksen lähettamisestä palautettava elinkeinonharjoittajalle kaikki sopimuksen perusteella saamansa maksut ja muu omaisuus uhalla, että peruuttaminen muutoin raukeaa. Kuluttaja saa kuitenkin pidättäytyä täyttämästä omaa palautusvelvollisuuttaan, kunnes elinkeinonharjoittaja täyttää oman vastaavan velvollisuutensa. Elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua peruuttamisilmoituksen saatuaan palautettava kuluttajalle kaikki sopimuksen perusteella</p>	<p>Tradução livre: “16 § (21.1.2005/29) Reembolso de pagamentos - O consumidor deve reembolsar imediatamente e, o mais tardar, dentro de 30 dias após o envio da notificação de retratação, ao empresário todos os pagamentos recebidos e outros bens recebidos com base no contrato, sob pena de a retratação ser considerada inválida. No entanto, o consumidor pode se abster de cumprir sua obrigação de reembolso até que o empresário cumpra sua obrigação correspondente. O empresário deve reembolsar imediatamente e, o mais tardar, dentro de 30 dias após receber a notificação de retratação, ao consumidor todos os pagamentos recebidos com base no contrato.</p>

<p>saamansa suoritukset. Palautettavista suorituksista voidaan vähentää korvaus, joka elinkeinonharjoittajalla on 15 §:n mukaan oikeus periä kuluttajalta ennen sopimuksen peruuttamista suoritetusta palvelusta.”</p>	<p>Do valor a ser reembolsado pode ser deduzida uma compensação, que o empresário tem o direito de cobrar do consumidor de acordo com o § 15 por serviços prestados antes da retratação do contrato.”</p>
<p><b>Artigo L221-18 Do Code De La Consommation:</b> “Le consommateur dispose d’un délai de quatorze jours pour exercer son droit de rétractation d’un contrat conclu à distance, à la suite d’un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision ni à supporter d’autres coûts que ceux prévus aux articles L. 221-23 à L. 221-25. Le délai mentionné au premier alinéa court à compter du jour: 1° De la conclusion du contrat, pour les contrats de prestation de services et ceux mentionnés à l’article L. 221-4; 2° De la réception du bien par le consommateur ou un tiers, autre que le transporteur, désigné par lui, pour les contrats de vente de biens. Pour les contrats conclus hors établissement, le consommateur peut exercer son droit de rétractation à compter de la conclusion du contrat. Dans le cas d’une commande portant sur plusieurs biens livrés séparément ou dans le cas d’une commande d’un bien composé de lots ou de pièces multiples dont la livraison est échelonnée sur une période définie, le délai court à compter de la réception du dernier bien ou lot ou de la dernière pièce. Pour les contrats prévoyant la livraison régulière de biens pendant une période définie, le délai court à compter de la réception du premier bien.”</p>	<p>Redução livre: “O consumidor tem um prazo de quatorze dias para exercer o seu direito de retratação de um contrato celebrado à distância, após uma abordagem telefônica ou fora do estabelecimento, sem ter que justificar sua decisão ou arcar com outros custos além dos previstos nos artigos L. 221-23 a L. 221-25. O prazo mencionado no primeiro parágrafo começa a correr a partir do dia: 1. Da conclusão do contrato, para os contratos de prestação de serviços e aqueles mencionados no artigo L. 221-4; 2. Da recepção do bem pelo consumidor ou por terceiro, que não o transportador, designado por ele, para os contratos de venda de bens. Para os contratos celebrados fora do estabelecimento, o consumidor pode exercer o seu direito de retratação a partir da conclusão do contrato. No caso de um pedido de vários bens entregues separadamente ou no caso de um pedido de um bem composto por lotes ou peças múltiplas cuja entrega é escalonada ao longo de um período definido, o prazo começa a correr a partir da recepção do último bem ou lote ou da última peça. Para os contratos que preveem a entrega regular de bens durante um período definido, o prazo começa a correr a partir da recepção do primeiro bem.”</p>
<p><b>Artigo 3 da Νόμος 2251/1994 περί Προστασίας του Καταναλωτή:</b> “Άρθρο 3 - Ορισμοί (άρθρο 2 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ) Για τους σκοπούς των διατάξεων των άρθρων 3 έως 4, ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί: 1. Σύμβαση από απόσταση, κάθε σύμβαση η οποία συνάπτεται μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή στο πλαίσιο ενός οργανωμένου συστήματος πωλήσεων από απόσταση ή παροχής υπηρεσιών χωρίς την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του προμηθευτή και του καταναλωτή, με αποκλειστική χρήση ενός ή περισσότερων μέσων επικοινωνίας από απόσταση, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το τηλέφωνο, η τηλεομοιοτυπία ή το διαδίκτυο, μέχρι και τη στιγμή σύναψης της σύμβασης. 2. Σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος, κάθε σύμβαση μεταξύ του προμηθευτή και του καταναλωτή η οποία πληροί διαζευκτικά τις εξής προϋποθέσεις: [...]”</p>	<p>Tradução livre: “Artigo 3 - Definições (artigo 2 da Diretiva 2011/83/UE) Para os fins das disposições dos artigos 3 a 4, aplicam-se as seguintes definições: 1. Contrato à distância: qualquer contrato celebrado entre o fornecedor e o consumidor no âmbito de um sistema de vendas à distância ou de prestação de serviços sem a presença física simultânea do fornecedor e do consumidor, exclusivamente utilizando um ou mais meios de comunicação à distância, como correio eletrônico, telefone, fax ou <i>Internet</i>, até à conclusão do contrato. 2. Contrato fora do estabelecimento comercial: qualquer contrato entre o fornecedor e o consumidor que cumpra cumulativamente as seguintes condições: [...]”</p>

<p><b>Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény</b></p>	<p>Lei n.º CVIII de 2001 sobre certos assuntos relacionados com os serviços de comércio eletrónico e com os serviços relacionados à sociedade da informação</p>
<p><b>The Consumer Rights Act 2022</b></p>	<p>Lei de Proteção ao Consumidor - 2022</p>
<p><b>Artigo 52 do Codice del Consumo:</b> “Art. 52. Diritto di recesso 1. Fatte salve le eccezioni di cui all'articolo 59, il consumatore dispone di un periodo di quattordici giorni per recedere da un contratto a distanza o negoziato fuori dei locali commerciali senza dover fornire alcuna motivazione e senza dover sostenere costi diversi da quelli previsti all'articolo 56, comma 2, e all'articolo 57. 2. Fatto salvo l'articolo 53, il periodo di recesso di cui al comma 1 termina dopo quattordici giorni a partire: a) nel caso dei contratti di servizi, dal giorno della conclusione del contratto; b) nel caso di contratti di vendita, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dei beni o: 1) nel caso di beni multipli ordinati dal consumatore mediante un solo ordine e consegnati separatamente, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo bene; 2) nel caso di consegna di un bene costituito da lotti o pezzi multipli, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico dell'ultimo lotto o pezzo; 3) nel caso di contratti per la consegna periodica di beni durante un determinato periodo di tempo, dal giorno in cui il consumatore o un terzo, diverso dal vettore e designato dal consumatore, acquisisce il possesso fisico del primo bene; c) nel caso di contratti per la fornitura di acqua, gas o elettricità, quando non sono messi in vendita in un volume limitato o in quantità determinata, di teleriscaldamento o di contenuto digitale non fornito su un supporto materiale, dal giorno della conclusione del contratto. 3. Le parti del contratto possono adempiere ai loro obblighi contrattuali durante il periodo di recesso. Tuttavia, nel caso di contratti negoziati fuori dei locali commerciali, il professionista non può accettare, a titolo di corrispettivo, effetti cambiari che abbiano una scadenza inferiore a quindici giorni dalla conclusione del contratto per i contratti di servizi o dall'acquisizione del possesso fisico dei beni per i contratti di vendita e non può presentarli allo sconto prima di tale termine. (1) Articolo così sostituito dall’</p>	<p>Tradução livre: “Artigo 52. Direito de retratação 1. Salvo as exceções previstas no artigo 59, o consumidor tem um período de catorze dias para exercer o direito de retratação de um contrato à distância ou fora do estabelecimento comercial, sem fornecer qualquer motivo e sem incorrer em custos além dos previstos no artigo 56, parágrafo 2, e no artigo 57. 2. Salvo disposição em contrário no artigo 53, o período de retratação mencionado no parágrafo 1 termina após catorze dias a partir de: a) no caso de contratos de prestação de serviços, a partir do dia da celebração do contrato; b) no caso de contratos de venda, a partir do dia em que o consumidor ou um terceiro, diferente do transportador e designado pelo consumidor, adquire a posse física dos bens ou: 1) no caso de múltiplos bens encomendados pelo consumidor com um único pedido e entregues separadamente, a partir do dia em que o consumidor ou um terceiro, diferente do transportador e designado pelo consumidor, adquire a posse física do último bem; 2) no caso de entrega de um bem composto por lotes ou peças múltiplas, a partir do dia em que o consumidor ou um terceiro, diferente do transportador e designado pelo consumidor, adquire a posse física do último lote ou peça; 3) no caso de contratos para fornecimento periódico de bens durante um período específico de tempo, a partir do dia em que o consumidor ou um terceiro, diferente do transportador e designado pelo consumidor, adquire a posse física do primeiro bem; c) no caso de contratos para o fornecimento de água, gás ou eletricidade, quando não são fornecidos em volume limitado ou quantidade determinada, de aquecimento urbano ou de conteúdo digital não fornecido em suporte material, a partir do dia da celebração do contrato. 3. As partes do contrato podem cumprir suas obrigações contratuais durante o período de retratação. No entanto, no caso de contratos negociados fora do estabelecimento comercial, o profissional não pode aceitar, como contraprestação, efeitos cambiais com vencimento inferior a quinze dias a partir da</p>

<p>art. 1, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014, n. 21. Per approfondimenti leggi la guida sul diritto di recesso.”</p>	<p>celebração do contrato para contratos de serviços ou da aquisição da posse física de bens para contratos de venda e não pode descontá-los antes desse prazo. (1) Artigo substituído pelo artigo 1, parágrafo 1, Decreto Legislativo de 21 de fevereiro de 2014, n. 21. Para mais detalhes, consulte o guia sobre o direito de retratação.”</p>
<p><b>§ 12 da Patērētāju tiesību aizsardzības likums:</b> “12. pants. Atteikuma tiesības attiecībā uz distances līgumu un līgumu, kas noslēgts ārpus saimnieciskās vai profesionālās darbības vietas (1) Patērētājs var noteiktā termiņā izmantot atteikuma tiesības un, nesniedzot nekādu pamatojumu, atkāpties no distances līguma un līguma, kas noslēgts ārpus pastāvīgās saimnieciskās vai profesionālās darbības vietas. (2) Patērētājs pirms atteikuma tiesību termiņa beigām par lēmumu atkāpties no līguma informē pārdevēju vai pakalpojuma sniedzēju, iesniedzot tam atteikuma veidlapu vai paziņojumu par atteikuma tiesību izmantošanu. Terminš ir ievērots, ja patērētājs atteikuma veidlapu vai paziņojumu par atteikuma tiesību izmantošanu nosūta pārdevējam vai pakalpojuma sniedzējam pirms atteikuma tiesību termiņa beigām. Patērētāja pienākums ir pierādīt atteikuma tiesību izmantošanu. (3) Pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs ir tiesīgs nodrošināt patērētājam iespēju pārdevēja vai pakalpojuma sniedzēja mājaslapā internetā elektroniskā veidā aizpildīt un iesniegt atteikuma veidlapu vai paziņojumu par atteikuma tiesību izmantošanu. Šādā gadījumā pārdevējs vai pakalpojuma sniedzējs, izmantojot pastāvīgu informācijas nesēju (tai skaitā elektronisko pastu), nekavējoties paziņo patērētājam par atteikuma saņemšanu [...]”</p>	<p>Tradução livre: “Clause 12. Direito de retratação em relação a contratos à distância e contratos celebrados fora do estabelecimento comercial (1) O consumidor pode exercer o direito de retratação dentro de um prazo determinado e, sem fornecer qualquer justificação, desistir de um contrato à distância ou de um contrato celebrado fora do estabelecimento comercial. (2) O consumidor deve informar o vendedor ou prestador de serviços da sua decisão de desistir do contrato antes do término do prazo para o exercício do direito de retratação, submetendo-lhe um formulário de retratação ou uma declaração do exercício do direito de retratação. O prazo é considerado cumprido se o consumidor enviar o formulário de retratação ou a declaração do exercício do direito de retratação ao vendedor ou prestador de serviços antes do término do prazo para o exercício do direito de retratação. É da responsabilidade do consumidor comprovar o exercício do direito de retratação. (3) O vendedor ou prestador de serviços deve disponibilizar ao consumidor, eletronicamente através do seu website na INTERNET, a possibilidade de preencher e submeter eletronicamente o formulário de retratação ou a declaração do exercício do direito de retratação. Nestes casos, o vendedor ou prestador de serviços deve, imediatamente e através de um meio de comunicação duradouro (incluindo correio eletrônico), confirmar ao consumidor o recebimento da retratação [...]”</p>
<p><b>Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas</b></p>	<p>Código Civil da República da Lituânia</p>
<p><b>Loi du 21 avril 2004 relative à la protection des consommateurs</b></p>	<p>A Lei de 21 de abril de 2004 relativa à proteção dos consumidores</p>
<p><b>Att dwar l-Affarijiet tal-Konsumaturi</b></p>	<p>Lei de Contratos de Consumo</p>
<p><b>Burgerlijk Wetboek</b></p>	<p>Código Civil</p>
<p><b>Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta</b></p>	<p>Lei de Direitos dos Consumidores</p>
<p><b>Artigo 10 da Lei de Contratos Celebrados à Distância</b></p>	<p>DL n.º 24/2014, de 14 de fevereiro</p>

<b>Zákon o ochraně spotřebitele</b>	Lei de Proteção ao Consumidor
<b>Legea nr. 296/2004 privind protecția consumatorilor</b>	Lei de Proteção ao Consumidor
<b>Fjärr Avtalslagen</b>	Lei de Venda à Distância

Fonte: Elaboração própria (2024).