

## A APLICABILIDADE DO DIREITO DE DEVOLUÇÃO ASSEGURADO PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS CONTRATOS CELEBRADOS VIA INTERNET

THE APPLICABILITY OF THE RIGHT OF RETURN GUARANTEED BY THE  
CONSUMER PROTECTION CODE TO CONTRACTS CONCLUDED VIA THE  
INTERNET

LA APLICABILIDAD DEL DERECHO DE DEVOLUCIÓN GARANTIZADO POR EL  
CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR A LOS CONTRATOS CELEBRADOS POR  
INTERNET

Igo Teixeira Morais da Luz<sup>1</sup>  
Khayam Ramalho da Silva Sousa<sup>2</sup>  
Bruna Francisca Andrade Camelo<sup>3</sup>  
Leonardo Ferreira Borges<sup>4</sup>  
Carmelitha Aguilár Carlos Pereira<sup>5</sup>

**RESUMO:** Este artigo analisa a aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) nos contratos celebrados via internet, com foco na validade jurídica do direito de devolução no ordenamento brasileiro. A pesquisa utiliza uma metodologia de revisão bibliográfica e documental, pautando-se na análise de doutrinas, jurisprudências e dispositivos do Código Civil e do CDC para suprir a ausência de uma legislação específica para o comércio eletrônico. Os resultados indicam que, embora o meio virtual apresente particularidades quanto à formação e ao local da celebração, os contratos eletrônicos possuem a mesma natureza jurídica dos contratos tradicionais, sendo regidos por princípios como a autonomia da vontade, boa-fé e transparência. Conclui-se que o Código de Defesa do Consumidor é plenamente aplicável às relações de consumo online, garantindo ao consumidor o direito de arrependimento e a proteção contra práticas abusivas, independentemente do suporte tecnológico utilizado para a transação.

1

**Palavras-chave:** Código de Defesa do Consumidor. Comércio Eletrônico. Contratos Eletrônicos. Direito de Arrependimento. Internet.

**ABSTRACT:** This article analyzes the application of the Consumer Protection Code (CDC) to contracts concluded via the internet, focusing on the legal validity of the right of return within the Brazilian legal system. The research employs a bibliographic and documentary methodology, based on the analysis of doctrines, jurisprudence, and provisions of the Civil Code and the CDC to address the absence of specific legislation for electronic commerce. The results indicate that, although the virtual environment presents particularities regarding formation and the place of celebration, electronic contracts possess the same legal nature as traditional contracts, being governed by principles such as autonomy of will, good faith, and transparency. It concludes that the Consumer Protection Code is fully applicable to online consumer relations, ensuring the consumer the right of withdrawal and protection against abusive practices, regardless of the technological medium used for the transaction.

**Keywords:** Consumer Protection Code. E-commerce. Electronic Contracts. Right of Withdrawal. Internet.

<sup>1</sup>Mestre em Direito, Universidade de Marília (UNIMAR), Professor do curso de graduação em Direito da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão (UEMASUL) e da Faculdade de Educação Santa Teresinha (FEST).

<sup>2</sup>Mestre em Direito, Centro Universitário FIEO (UNIFIEO), Professor do curso de graduação em Direito do Centro Universitário Facimp Wyden (UNIFACIMP WYDEN) e Advogada.

<sup>3</sup>Mestre em Sociologia, Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Professora do curso de graduação em Direito do Instituto de Ensino Superior do Sul do Maranhão (IESMA/UNISULMA). Coordenadora do Núcleo de Prática Jurídicas da Faculdade Vale do Aço e Advogada.

<sup>4</sup>Mestre em Direito, Centro Universitário FIEO (UNIFIEO), Professor do curso de graduação em Direito da Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul (UEMS) e Advogado.

<sup>5</sup>Mestre em Sociologia, Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Professora do curso de graduação em Direito do Centro Universitário Facimp Wyden (UNIFACIMP WYDEN) e Advogada.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo estudar a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nos contratos realizados pela internet, uma vez que a legislação brasileira atual não conta com uma lei específica para isso, recorrendo a outras regulamentações jurídicas que são específicas.

Este novo tipo de contrato faz parte da nova forma de comércio mundial, que é o mercado eletrônico, o qual está se expandindo de maneira acelerada nos dias de hoje, especialmente na internet, devido à comodidade que oferece para a vida agitada das pessoas.

Dessa maneira, observa-se que os contratos eletrônicos se tornaram acontecimentos rotineiros, de fácil acesso em razão da comodidade proporcionada pela internet e da variedade de opções de pagamento.

Com o enorme crescimento deste tipo de comércio, aparecem os mais diversos tipos de problemas, são centenas de sites, com os mais variados produtos, como: eletrônicos, serviços, compras coletivas, etc.

Dessa forma, a legislação brasileira busca acompanhar esse crescimento e assegurar outros direitos nesse novo modelo de comércio. Como já mencionado, não há uma legislação específica que regule os contratos firmados pela internet; portanto, recorre-se à analogia e a outras maneiras para verificar e garantir os direitos nos diversos tipos de contratos celebrados de forma “online”.

Um dos principais temas relacionados a este novo tipo de comércio é a proteção do consumidor, considerando que novos sites surgem diariamente, cada um oferecendo suas vantagens e apresentando diferentes sistemas de compra. É precisamente devido à existência dessa variedade de opções de compra que surge um grande conflito, e, assim como no mundo real, esses contratos apresentam certos defeitos, taxas excessivas e outros problemas. É nesse contexto que o Código de Defesa do Consumidor se torna fundamental, garantindo que diversas empresas não fiquem em inadimplência em relação aos diferentes tipos de usuários.

Assim, diante do expressivo crescimento do comércio eletrônico e dos milhares de contratos que são firmados, esta pesquisa se propõe a investigar como o Código de Defesa do Consumidor pode ser aplicado a esses contratos celebrados pela internet.

## 2. A INTERNET E O COMÉRCIO ELETRÔNICO

Antes do surgimento da *internet* e dos dispositivos que se conectam à mesma, como computador, tablets, celulares e relógios, só havia uma única forma de aquisição de um produto ou serviço.

Segundo Diniz (1999, p. 77) o indivíduo, para que pudesse angariar algum bem, era necessário se deslocar até a loja física, chegando no local o consumidor escolhia o produto que desejava ou necessitava, posteriormente a este momento de escolha, efetuava o pagamento.

Tal prática muitas vezes deixava o consumidor insatisfeito, pela falta de existência da mercadoria ou de serviço existente em determinado local ou muitas vezes a impossibilidade de escolha.

Não era possível imaginar que em algum determinado momento seria concebível a aquisição de mercadorias ou serviços por meio digital sem sair de sua residência, contudo, com a vinda do comércio digital ou eletrônico, ou também conhecido como e-commerce, a realidade se modificou.

No ano de 1979, o inventor inglês, conhecido como Michel Aldrich, inventou as compras online, utilizando como utensílio, uma televisão personalizada, de 26 polegadas conectada a um computador, onde possuía um sistema de processamento de tempo de transação por meio de uma linha telefônica. (Oliveira; Coelho; Silva, 2021, p. 11).

3

Com o passar dos anos, diversas formas de compra eletrônica foram surgindo, como cartão de crédito, caixas eletrônicos, via telefônica, alternativas que foram benquistas pela sociedade.

A prática de consumo utilizando novas tecnologias só aumentaram, com o surgimento da *internet* o indivíduo passou a poder almejar novos produtos e serviços, tendo em vista a facilidade do consumidor em realizar sua compra sem sair de sua residência.

Para Vissotto e Boniati (2013, p. 15), o comércio eletrônico é conceituado como o “processo de comprar, vender ou trocar produtos, serviços e informações através da rede mundial de computadores. Caracteriza-se pelo uso de meios digitais para a realização de transações comerciais on-line, com computadores, celulares, smartphones, tablets”.

Já Azevedo (2014, p. 16), pontua que:

O comércio eletrônico resolve uma das pretensões de todos os consumidores: a facilitação da comparação de preços e compra pelo menor preço. Por meio da utilização da Internet, o consumidor pode comparar preços no Brasil e no exterior sem sair de casa! As vantagens tanto para consumidores como para fornecedores são infinitas.

Logo, é possível notar que o comércio eletrônico não representa apenas uma inovação tecnológica, mas uma reestruturação da dinâmica de mercado. Assim, o ambiente digital consolida-se como um espaço onde a tecnologia e a estratégia comercial convergem para otimizar a circulação de bens e serviços na economia contemporânea.

### 3. CONTRATOS ELETRÔNICOS

Os contratos eletrônicos não se diferem em tudo dos contratos tradicionais, a única relação que muda é o meio que ocorre a celebração do contrato. Podemos definir tal tipo de contrato como um negócio jurídico bilateral ou plurilateral, realizado através da internet, em que o objetivo é firmar a vontade das partes ressaltando seus interesses em comum, com fins de adquirir, modificar ou até mesmo extinguir relações jurídicas de cunho patrimonial.

Tartuce define contratos da seguinte forma:

O contrato é um ato jurídico bilateral, dependente de pelo menos duas declarações de vontade, cujo objetivo é a criação, a alteração ou até mesmo a extinção de direitos e deveres de conteúdo patrimonial. Os contratos são, em suma, todos os tipos de convenções ou estipulações que possam ser criadas pelo acordo de vontades e por outros fatores acessórios. (Tartuce, 2010, p. 32).

Já Aquino os define da seguinte maneira:

O contrato é um mecanismo jurídico de relacionamentos interpessoais, trazendo no seu bojo as declarações negociais comuns das partes que o integram e além do adimplemento das prestações, observando as normas cogentes, bem como os contextos situacionais em que a relação contratual se estabelece e se desenrola. (Aquino, 2021, p. 28-29)

4

Gonçalves (2015), ainda sobre os contratos ressalta que o contrato é a mais comum e mais importante fonte de obrigação, devido às suas múltiplas formas e inúmeras repercussões no mundo jurídico.

Dessa forma, a centralidade dos contratos no ordenamento jurídico, conforme pontuado por Gonçalves, reafirma a necessidade de uma estrutura que garanta segurança e previsibilidade às partes. No contexto digital, essa importância se potencializa, exigindo que a liberdade de contratar esteja em harmonia com os fundamentos basilares que regem as relações jurídicas contemporâneas.

#### 3.1 PRINCÍPIOS NORTEADORES DOS CONTRATOS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Os princípios são originados segundo Tartuce (2010) das normas, costumes, doutrina, jurisprudência e de aspectos políticos, econômicos e sociais. São regras básicas de validade

jurídica, aplicáveis a um determinado instituto jurídico a fim de organizá-lo.

Há diversos princípios que regem tais relações contratuais, que são: princípio da autonomia da vontade, princípio da força obrigatória dos contratos, princípio da relatividade dos contratos ou dos efeitos do negócio jurídico contratual, princípio da boa-fé, princípio do consensualismo, princípio da função social dos contratos, princípio da equivalência funcional dos atos jurídicos produzidos por meios eletrônicos com os atos jurídicos tradicionais, princípio da neutralidade tecnológica das disposições reguladoras do comércio eletrônico e o princípio da inalterabilidade do direito existente sobre as obrigações e contratos.

### 3.1.1 Princípio da autonomia da vontade

Tal princípio é um dos mais antigos dentro dos contratos seu uso vem desdeo direito Romano, onde tinha como ideia que as pessoas são livres para contratar.

O princípio da autonomia da vontade ou consensualismo teve seu auge no período pós Revolução Francesa, pois durante esta época se destacou muito o individualismo e a liberdade em todas as áreas, e encontra-se no Código Civil Francês em seu artigo 1.134 no qual coloca que “as convenções legalmente constituídas têm o mesmo valor que a lei relativamente às partes que a fizeram”.

O princípio da autonomia da vontade ele tem como objetivo principal a liberdade contratual, dando o livre arbítrio às pessoas para contratar com quem lhe achar mais conveniente aos seus interesses.

Gonçalves sobre tal princípio trás o seguinte:

O princípio da autonomia da vontade se alicerça exatamente na ampla liberdade contratual, no poder dos contratantes de disciplinar os seus interesses mediante acordo de vontades, suscitando efeitos tutelados pela ordem jurídica. Têm as partes a faculdade de celebrar ou não os contratos, sem qualquer interferência do Estado. Podem celebrar contratos nominados ou fazer combinações, dando origem a contratos inominados. (Gonçalves, 2015, p. 41)

Esta liberdade contratual por parte de cada individuo é assegurada pelo Código Civil, que trás em seu artigo 421 o seguinte: “A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato.” Assim o contrato deve ter por finalidade e limite atingir a sua função social.

Wald sobre tal liberdade lembra-nos que:

A autonomia da vontade se apresenta sob duas formas distintas, na lição dos dogmatistas modernos, podendo revestir o aspecto de liberdade de contratar e da liberdade contratual. Liberdade de contratar é a faculdade de realizar ou não determinado contrato, enquanto a liberdade contratual é a possibilidade de estabelecer o conteúdo do contrato. A primeira se refere à possibilidade de realizar ou não um

negócio, enquanto a segunda importa na fixação das modalidades de sua realização”. (Wald, 1995, p. 162, *apud* Gagliano, 2014, p. 71.).

A liberdade de contratar é pessoal e de livre arbítrio, possibilitando a pessoa escolher a quem deseja contratar. Mas segundo Gagliano, tal princípio sofre restrições por parte do dirigismo contratual, quando afirma que:

Assim, o princípio da autonomia da vontade é o poder conferido aos contratantes de estabelecer vínculo obrigacional, desde que se submetam às normas jurídicas e seus fins não contrariem o interesse geral, de tal sorte que a ordem pública e os bons costumes constituem limites à liberdade contratual. O princípio da autonomia da vontade sofre, portanto, restrições, trazidas pelo dirigismo contratual, que é a intervenção estatal na economia do negócio jurídico contratual, por entender-se que, se deixasse o contratante estipular livremente o contrato, ajustando qualquer cláusula sem que o magistrado pudesse interferir, mesmo quando uma das partes ficasse em completa ruína, a ordem jurídica não estaria assegurando a igualdade econômica. (Wald, 1995, p. 162, *apud* Gagliano, 2014, p. 71.).

Assim, observar-se que a autonomia da vontade é a base de tal princípio, apesar do mesmo estar restrito e dependente a normas de ordem pública que visam o bem-estar da sociedade como um todo.

Neste contexto, pode-se notar que tal limitação deste princípio é imposta por normas de ordem pública, como o dirigismo contratual que limita a autonomia da vontade das partes por meio do estado com o objetivo de atender determinados fins sociais, para que assim se atinja o bem comum, como está previsto nos artigos 423 e 424 do código civil.

6

Essas limitações presentes no princípio da autonomia da vontade, não significam a extinção da autonomia da vontade em si, e sim servem apenas como forma de regulamentação para que este princípio ocorra de forma harmoniosa dentro da sociedade.

### 3.1.2 Princípio do consensualismo

Segundo o princípio do consensualismo, para que ele se torne válido é necessário apenas o acordo das partes, não levando em conta todo o formalismo necessário que se exige atualmente. Tal princípio surgiu da ideia que o contrato origina-se do consenso, ou seja, do acordo de vontades.

Este princípio afirma que no instante em que ocorrer a firmação da vontade entre as partes, já se origina um contrato, assim, já ocorre a obrigação de ambas as partes.

Para tal princípio, apenas a vontade das partes firmando um acordo de forma informal, já configura a celebração do contrato, assim o contrato resulta do consenso das partes, independentemente da entrega da coisa.

Gonçalves preleciona:

Têm as partes a faculdade de celebrar ou não contratos, sem qualquer interferência do Estado. Podem celebrar contratos nominados ou fazer combinações, dando origem a contratos inominados. Tal princípio teve o seu apogeu após a Revolução Francesa, com a predominância do individualismo e a pregação de liberdade em todos os campos, inclusive no contratual. Como a vontade manifestada deve ser respeitada, a avença faz lei entre as partes, assegurando a qualquer delas o direito de exigir o seu cumprimento. (Gonçalves, 2020, p. 19).

Assim pode-se notar que os contratos são consensuais. No nosso ordenamento a forma de contratar é ampla, pelo fato que as partes podem celebrar os contratos de forma escrita, pública, particular ou verbalmente.

Portanto, o consensualismo em si, se torna a regra e o formalismo à exceção, pois existem alguns contratos que somente são válidos após a entrega da coisa ou objeto, como por exemplo, o contrato de depósito que se configura após o acordo das partes, e só se torna válido após a entrega do bem.

### 3.1.3 Princípio da relatividade dos efeitos do contrato

O seguinte princípio fundamenta-se na ideia que os efeitos do contrato só se consagram em relação às partes, ou seja, aqueles que através de sua vontade se manifestaram, construindo vínculo com o objeto sem atingir terceiros ou seu patrimônio.

Observando que tal princípio só diz respeito às partes contratantes, o mesmo só produz efeito às partes, assim não afetando terceiros, Diniz explica o seguinte:

É uma norma que requer o comportamento leal e honesto dos contratantes, sendo incompatível com quaisquer condutas abusivas, tendo por escopo gerar na relação obrigacional a confiança necessária e o equilíbrio das prestações e da distribuição dos riscos e encargos, ante a proibição do enriquecimento sem causa. (Diniz, 2024, p. 22).

O princípio da relatividade dos efeitos do contrato se baseia de certa forma, nos contratos arcaicos no qual o objetivo era apenas atender às necessidades particulares, ou seja, produzindo efeito apenas para as partes contratantes, através do acordo de vontades, assim não produzindo efeito para terceiros.

Sobre tal circunstância o artigo 928 do Código Civil de 1916, citava que: “A obrigação, não sendo personalíssima, opera assim entre as partes, como entre seus herdeiros”. Assim, pode se observar que desde que a obrigação não seja personalíssima, a obrigação ocorre apenas entre as partes e seus sucessores, mas caso seja personalíssima exclui-se a responsabilidade de seus sucessores.

Contudo, tal princípio possui algumas exceções previstas em lei onde permite estipulações no que diz respeito a terceiros, onde estão elencadas na seção III nos artigos 436 a 438 do código civil que trata da estipulação em favor de terceiro.

Entretanto, o novo Código Civil contempla o contrato não só como um meio de satisfação de interesses particulares entre as partes contratantes, mas também como função social. Determinado fato tem por objetivo permitir a terceiros que não participem da relação contratual de interferirem, pelo fato dos mesmos serem atingidos de forma direta ou indireta.

Embora o princípio da relatividade dos efeitos do contrato perdure, o mesmo foi bastante minorado pelo reconhecimento das cláusulas gerais, pelo fato delas possuírem normas de ordem pública que não tem como objetivo apenas proteger os direitos individuais, mas também de preservar o interesse da sociedade que se sobrepõe quando em conflito.

#### 4. PECULIARIDADES DOS CONTRATOS CELEBRADOS VIA INTERNET

Os contratos eletrônicos apresentam especificidades relevantes em relação aos contratos tradicionais, sobretudo no que concerne à sua formação, validade e valor probatório, aspectos que demandam análise própria diante da ausência de legislação específica no ordenamento jurídico brasileiro.

No tocante à formação, inexistente forma previamente estabelecida, aplicando-se o princípio da liberdade das formas, de modo que o vínculo contratual surge do livre acordo das partes.

O Projeto de Lei nº 4.906/2001 estabelece, em seu artigo 31, requisitos mínimos para a oferta de bens e serviços em meio digital, como transparência, segurança e completude das informações, requisitos que orientam a validade da proposta eletrônica. A oferta realizada em ambiente virtual vincula o proponente, conforme o artigo 427 do Código Civil, e a aceitação deve ser expressa e conclusiva, sob pena de configurar nova proposta.

Quanto ao momento de formação, discute-se se os contratos eletrônicos se qualificam como entre presentes ou ausentes. Pela analogia com os contratos celebrados por telefone, admitida pelo artigo 428, inciso I, do Código Civil, a maioria das contratações eletrônicas, especialmente as realizadas em tempo real, é tratada como entre presentes. Contratos firmados por e-mail, nos quais há lapso temporal entre oferta e aceitação, aproximam-se da modalidade entre ausentes. O local de formação, por sua vez, é definido pelo estabelecimento no qual o fornecedor desenvolve sua atividade econômica, e não pelo local de acesso ao site.

A validade dos contratos eletrônicos está condicionada ao preenchimento dos requisitos gerais do negócio jurídico, previstos no Código Civil: objeto lícito, possível e determinado; partes capazes; e consentimento livre de vícios.

No que se refere à capacidade, os contratos celebrados por absolutamente incapazes são nulos, e os celebrados por relativamente incapazes são anuláveis, nos termos dos artigos 166 e 177 do Código Civil. A manifestação de vontade ocorre de formas distintas conforme o tipo de contrato, intersistêmica, interpessoal ou interativa, e a segurança dos dados pessoais e bancários do contratante constitui obrigação do fornecedor, que responde objetivamente por danos decorrentes de falhas em seus sistemas.

A validade dos documentos eletrônicos pressupõe dois requisitos fundamentais: a integridade do meio utilizado, que não deve ser suscetível a alterações imperceptíveis, e a identificação registrada dos emissores.

Quanto ao valor probatório, o artigo 332 do Código de Processo Civil autoriza, por analogia, o uso de todos os meios moralmente legítimos de prova, incluindo os documentos eletrônicos. Estes são tratados como documentos particulares escritos e, havendo alegação de falsidade, o juiz poderá determinar perícia especializada. Nas relações de consumo, verificadas as hipóteses do artigo 6º do CDC, admite-se a inversão do ônus da prova em favor do consumidor.

## 5. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E OS CONTRATOS ELETRÔNICOS

9

O consumidor desempenha um papel chave, onde as coisas irão se direcionara partir deste indivíduo, então se faz jus definir quem é a pessoa que desempenha tal papel e está assegurado plenamente pelo Código de Defesa do Consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor foi criado como forma de garantir os direitos que dizem respeito e resguardar os interesses do consumidor, e dentro deste ordenamento o artigo 2º ele contempla uma definição legal para consumidor, sendo “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

E ainda, o seu parágrafo único aduz que: “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

O artigo, trás a definição de consumidor como aquele destinatário final que detém um determinado produto ou serviço. Além de abordar a conceituação o mesmo defini os sujeitos que poderão ser considerados também como consumidores, é o que parágrafo único do artigo se refere.

Filomeno conceitua em sua obra o consumidor da seguinte forma:

[...] qualquer pessoa física que, isolada ou coletivamente, contrata para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou a locação de bens, bem como a

prestação de serviços. Além disso, há que se equiparar a consumidor a coletividade que, potencialmente, esteja sujeita ou propensa à referida contratação. (Filomeno, 2007, p. 23)

Ainda tratando da definição de consumidor, Leal trás uma definição específica de consumidor, levando em conta as relações jurídicas que ocorrem através da internet, em que define consumidor como:

[...] pode-se afirmar que consumidor, nos contratos eletrônicos via Internet, é toda pessoa física ou jurídica, ente despersonalizado ou coletividade de pessoas, sem exclusão dos equiparados por lei, que, por meio eletrônico, manifesta sua vontade para utilizar ou adquirir, como destinatário final, produto ou serviço ofertados na Internet. (Leal, 2007, p. 102)

Assim, levando em conta a definição proposta pelos autores acima, podemos observar que a definição de consumidor correlacionada à internet acaba se apresentando características peculiares, que dizem respeito à manifestação da vontade através da internet.

## 5.1 A APLICAÇÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO AOS CONTRATOS ELETRÔNICOS

O Código de Defesa do Consumidor, a fim de proporcionar maior segurança ao consumidor na relação contratual, estabeleceu a possibilidade de arrependimento em benefício da parte mais vulnerável na relação, ou seja, o consumidor.

Nestes termos, prevê o artigo 49 que:

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

Assim, a redação do artigo 49 destaca que o consumidor pode rescindir o contrato unilateralmente realizado, tal estabelece ainda em sentido implícito que o fornecedor deve assumir o risco de tal prática contratual.

O prazo de sete dias decorre da assinatura do contrato ou nos casos da internet após o recebimento do produto ou serviço, assim dando ao consumidor nos casos dos contratos realizados a distância a possibilidade que o contrato retorne a ponto de início, ou seja, se o consumidor realizar a compra e logo após se arrepender, o mesmo pode por fim a relação contratual sem quaisquer restrições, isso caso o consumidor informe ao fornecedor dentro prazo estabelecido pela legislação.

Segundo a perspectiva de Bessa (2016), a contagem do prazo de arrependimento em transações virtuais ou telefônicas tem início apenas com a entrega efetiva do bem, e não no ato da compra. Essa lógica assegura ao cliente a oportunidade de conferir fisicamente o item antes de confirmar sua escolha. Tal intervalo de sete dias foi a solução encontrada pela legislação para

permitir uma análise criteriosa da contratação, viabilizando a devolução ou cancelamento caso o produto não atenda às expectativas.

O direito de arrependimento não deve ser tratado como forma de benefício ao consumidor, Alves e Reis (2017, p. 117) abordam tal direito de fundamental importância e explicam que este foi pensado com a:

[...] perspectiva de proteger o consumidor das práticas comerciais abusivas capazes de influenciá-lo a realizar uma compra por mero impulso, como também de divergências quanto à qualidade do produto, já que não lhe foi oportunizado tal análise anterior ao contrato firmado.

Nos contratos eletrônicos esse direito de arrependimento ele tem um valor maior, pelo fato que quando os consumidores que realizam estas negociações jurídicas não conhecem o produto de fato, se baseiam apenas em uma imagem na qual pode não corresponder suas expectativas em relação ao produto.

Leal sobre os contratos eletrônicos, associando ao direito de arrependimento, o mesmo defende a seguinte ideia:

Nos contratos eletrônicos realizados via Internet, com oferta permanente em um site ou loja virtual, o consumidor não mantém contato físico direto com o ofertante, nem com o serviço ou produto objeto da contratação, que não pode ser tocado ou examinado, pessoalmente, o que aumenta os riscos de insatisfação com o negócio. A contratação pela Internet é fruto da contratação em massa e se impõe ostensivamente ao consumidor, influenciando a sua manifestação de vontade. Os sites são organizados de forma à indução ao consumo, com preços e facilidade cada vez mais atraentes. (Leal, 2007, p. 107)

11

Nesse sentido, a intermediação em plataformas digitais frequentemente obscurece a identidade dos fornecedores no comércio eletrônico, criando dúvidas sobre quem deve assumir a responsabilidade civil em casos de falhas na prestação de serviços ou defeitos nos produtos. Para que o consumidor consiga acessar a tutela jurisdicional, é fundamental que cada um dos intervenientes na cadeia de comercialização tenha sua participação bem definida (Cavaliere Filho, 2012; Martins, 2020).

Além disso, o *e-commerce* é um terreno fértil para táticas abusivas, como vendas casadas e falsas ofertas. O combate a essas questões exige uma fiscalização coordenada entre os órgãos reguladores e a sociedade para reduzir as vulnerabilidades do mercado digital (Martins, 2020).

Desta forma o direito de arrependimento deve receber uma atenção maior quando se tratar de contratos celebrados via internet, pois dentro destes contratos o consumidor encontra-se, mas vulnerável e suscetível a golpes por diversas razões, sejam elas por falta de conhecimento tecnológico, por não conhecer o produto de fato, por se tratar em sua maioria de contratos de adesão, então são diversos fatores que propiciam essa fragilidade do consumidor, fazendo assim

uma atenção mais detalhada a respeito deste consumidor.

## 6. CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo verificar a aplicabilidade do direito de devolução assegurado pelo Código de Defesa do consumidor aos contratos celebrados via internet, bem como um estudo dos princípios e direitos básicos do consumidor, tendo em vista ser um tema de grande discussão pelo atual crescimento do comércio eletrônico.

É evidente o grande avanço da internet e todo o meio que esta envolve. Por meio deste veículo de comunicação o comércio eletrônico vem crescendo e tomando grandes proporções no mercado mundial.

Neste trabalho não se pretendeu discordar de entendimento de magistrados, advogados ou de doutrinadores, apenas buscou-se o entendimento para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nos contratos eletrônicos, buscando analisar se estes contratos estão respaldados no nosso ordenamento de forma segura.

O que se pode perceber que a legislação não conseguiu acompanhar o crescimento exagerado desta nova modalidade de comércio, mas vale ressaltar que a nossa atual legislação apesar de antiga, não é omissa no que diz respeito a estas relações contratuais que ocorrem através da internet.

Assim, pode-se observar que contrato eletrônico possui respaldo legal e não possui tantas diferenças em relação ao contrato tradicional, apenas distinguindo o local onde ocorre a celebração. Mas os contratos eletrônicos contam como base as normas e princípios gerais do direito contratual.

Como forma de entendimento, no presente trabalho se fez necessário buscar todo o contexto histórico, conceitos com forma de checar se aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor seria possível. E quanto à aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor nos contratos eletrônicos, foi possível observar que a doutrina apresenta uma posição que se diz a favor desta aplicação não só do Código de Defesa do Consumidor, como outros institutos do nosso ordenamento através da analogia.

Desta forma no que diz respeito ao direito de devolução, ficou comprovado, que as relações que ocorrem através da internet, dão uma maior fragilidade ao consumidor, pelo fato de se darem a distância e o consumidor não conhecer o produto de fato, ocorre muitas vezes um deslumbramento por parte do consumidor em relação às ofertas, então o respaldo dado pelo

Código de Defesa do Consumidor seu artigo 49 é de grande importância e possui total eficácia no que diz respeito aos contratos eletrônicos.

Assim, podemos finalizar com a análise feita sobre o assunto, levando em conta a doutrina, jurisprudência, contexto histórico ficou demonstrado a aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos contratos celebrados via internet.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Fabrício Germano. *et al.* **Aplicabilidade do direito de arrependimento no comércio eletrônico em relação aos produtos personalizados.** Cadernos de Direito: cadernos do curso de mestrado em Direito da Universidade Metodista de Piracicaba, São Paulo, v.17, n.32, p. 117149, jan./jun. 2017. Disponível em: [http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao\\_e\\_divulgacao/doc\\_biblioteca/bibli\\_servicos\\_produtos/bibli\\_informativo/bibli\\_inf\\_2017/IJC19\\_04.pdf](http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_informativo/bibli_inf_2017/IJC19_04.pdf). Acesso em: 12 abril 2026.

AQUINO, Leonardo Gomes. **Teoria geral dos contratos.** Campinas, SP: Expert Editora, 2021. E-book. Disponível em: <https://experteditora.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Teoria-Geral-dos-Contratos.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2026.

AZEVEDO, Kathelline Lopes de. **Proteção do consumidor na internet e produção antecipada de provas.** Orientador: Bruno Miragem. 2014. 50 f. Monografia (Especialização em Direito do Consumidor e Direitos Fundamentais) – Faculdade de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor.** 3ª ed. em e-book, baseada na 7ª ed. impressa. Biblioteca Digital Thompson Reuters Proview. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

BRASIL, **Projeto de Lei nº 4.906, de 2001.** Dispõe sobre a validade jurídica e o valor probante do documento eletrônico e da assinatura digital, bem como disciplinar a certificação digital, as transações de comércio eletrônico e as sanções administrativas e penais relacionadas à matéria. Câmara dos Deputados. Brasília. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=29955>. Acesso em: 21 out. 2025.

BRASIL. **Lei n.º 3.071, de 1º de janeiro de 1916.** Código Civil dos Estados Unidos do Brasil. Rio de Janeiro, RJ: Presidência da República, 1916. Disponível em: Planalto. Acesso em: 21 out. 2025.

BRASIL, **Código Civil.** Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Senado Federal. Disponível em: [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm). Acesso em: 20 out. 2025.

BRASIL, **Código de Proteção e Defesa do Consumidor.** Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm). Acesso em 20 out. 2025.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de responsabilidade civil.** São Paulo: Atlas, 2012.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro: teoria das obrigações contratuais e extracontratuais**. v.3. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2024.

DINIZ, Eduardo Henrique. Comércio eletrônico: fazendo negócios por meio da internet. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 3, p. 71-86, 1999.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GAGLIANO, Pablo Stolze. **Novo curso de direito civil: contratos: teoria geral**. 10.ed. São Paulo - SP: Saraiva, 2014.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro: Contratos e atos unilaterais**. 12.ed. São Paulo - SP: Saraiva, 2015.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Sinopses Jurídicas v 06 - Tomo I - direito civil - direito das obrigações - parte especial: contratos - verificado**. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2020.

LEAL, Sheila do Rocio Cercal Santos. **Contratos Eletrônicos: Validade jurídica dos contratos via internet**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, Fran. **Direito do Consumidor**. 10. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2020.

OLIVEIRA, Elivelton Elias Cruz de; COELHO, Elizandra Soraia dos Santos; SILVA, Geisirlane Leila Marcelino da. **O surgimento do e-commerce e sua expansão no período pandêmico**. Orientador: Diego Leonel Alves de Sá. 2021. 33 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA), Recife, 2021.

14

TARTUCE, Flávio. **Direito civil: teoria geral dos contratos e contratos em espécie**. 5.ed.rev.atual. São Paulo - SP: Método, 2010.

VISSOTTO, Elisa Maria; BONIATI, Bruno Batista. **Comércio eletrônico**. Frederico Westphalen: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Agrícola de Frederico Westphalen, 2013. 53 p. Disponível em: [https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/413/2018/12/comercio\\_eletronico.pdf](https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/413/2018/12/comercio_eletronico.pdf). Acesso em: 10 mai. 2026.