

A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E O DIREITO AO ARREPENDIMENTO: UMA RUPTURA COM OS POSTULADOS LIBERAIS DOS CONTRATOS

Lenilma Cristina Sena de Figueiredo Meirelles
Professora da Universidade Federal da Paraíba

Introdução

A defesa dos interesses dos consumidores é um tema que tem merecido atenção especial no cenário jurídico, em decorrência da intensa normatividade operada nas últimas décadas, a qual visa, sobretudo, melhor disciplinar as relações entre os fornecedores de bens e serviços e os consumidores, adaptando-os às recentes técnicas de contratação de massa, que dão origem a uma realidade contratual diferenciada e questionadora dos postulados do Direito Privado.

Frente ao que se coloca, o Direito do Consumidor desponta, com um cariz tipicamente centrado nas questões que envolvem a tutela dos consumidores, frente ao novo comportamento do mercado, embora, ainda atrelado a uma justificação metodológica de base civilista.

Nessa linha de raciocínio, são adotadas medidas que visam proporcionar segurança às relações contratuais, sobretudo arrançadas no âmbito internacional e, concretizadas por meio de instrumentos eficazes e aptos a tutelar, especialmente, os direitos dos consumidores, a exemplo, citem-se: a proteção contra cláusulas abusivas, o direito à informação e o direito à revogação do contrato e à restituição do produto por parte do consumidor.

Ditos mecanismos visam a atender a uma realidade, cujos fenômenos econômicos e sociológicos da distribuição em cadeia, produção e consumo em massa, dão margem ao aparecimento de conflitos humanos que exigem da seara jurídica tratamento diverso, posto que o direito outrora aplicado a tais relações não mais se adequa à resolução eficiente desses conflitos.

Diante do panorama exposto, pode-se depreender que o contexto sócio-político em que foi erigida a clássica teoria dos negócios jurídicos, amarrada a uma lógica em que as relações privadas alinhavam-se

simplesmente aos princípios da autonomia da vontade (ou melhor, a autonomia que desconhecia elementos importantes à sua material concretização) e da propriedade privada, já não é mais o mesmo. Assim, ante à necessidade premente de melhor adequar referida realidade ao direito, é que o moderno Estado passou a direcionar uma atenção especial à função social¹ que os institutos privados devem cumprir.

O contrato, dessa forma, não fugiu à regra, hoje, ultrapassada a fase liberalista individualista e ante um modelo de relações econômicas, constituidoras de uma nova ordem de valores, adquiriu também uma função social comprometida com a realidade.

Essa realidade é baseada no conceito de liberdade contratual voltada à ideia de uma vontade livre, dirigida pelo próprio indivíduo, sem influências externas imperativas², pela qual a autonomia da vontade está estreitamente ligada. Nessa senda, mister é destacar a vulnerabilidade especial do consumidor quando se utiliza de determinados contratos, como os celebrados a distância, em domicílio ou de *time-sharing*. Nos referidos contratos, busca-se preservar a vontade negocial livre e consciente, melhor adequando-a a um paradigma de justiça material³.

Mediante essa nova realidade contratual, tipificada por uma soma de métodos massificados de contratação, decorrem o instituto do direito ao arrependimento, acompanhado de um outro direito-garantia que lhe é conexo, o direito à informação.

1. Direito ao Arrependimento e Direito à Informação

O instituto do Direito ao arrependimento é uma criação própria do moderno direito de consumo e mantém similitudes com outros institutos civis tradicionais que manifestam na gênese idêntica finalidade, qual seja, isentar a liberdade de decisão de qualquer interferência que impeça a normal relação de concordância entre a vontade e a declaração.

¹ Acerca da função social global atribuída aos contratos, conferir em WIEACKER, Franz. *História do direito privado moderno*. 2. ed. [s.l.] : Fundação Calouste Gulbenkian, 2000, p. 7 20.

² MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 60/61: “A liberdade de contratar significa, então, a liberdade de contratar ou de se abster de contratar, liberdade de escolher o seu parceiro contratual, de fixar o conteúdo e os limites das obrigações que quer assumir, liberdade de poder exprimir a sua vontade na forma que desejar, contando sempre com a proteção do direito”.

³ ALMEIDA, Carlos Ferreira. Negócio jurídico de consumo. *Boletim do Ministério da Justiça*, n. 347, Jun., 1985, p. 11-38.

É certo que o conceito de negócio jurídico encontra-se estreitamente ligado à noção de vontade, por tal motivo, o dogma da autonomia da vontade constitui elemento criador das relações contratuais.

Com o fim de proteger o postulado da vontade livre e consciente, a Teoria dos vícios do consentimento e da vontade, vem-se afirmando como mecanismo usualmente empregado pela lei civil para invalidar o negócio jurídico, face à ocorrência de determinadas situações.

Tal teoria parte do pressuposto de que a constatação do consentimento viciado não obriga o indivíduo. Porém, o consentimento livre de vício obriga o contraente de tal maneira que, mesmo sendo o conteúdo do contrato injusto ou abusivo, não poderá, na acepção tradicional do contrato, recorrer ao direito, a não ser nos casos de lesão.

Dessa forma, percebe-se claramente que a clássica teoria dos vícios não é suficientemente capaz de proteger o consumidor, máxime quando este se obriga perante um contrato, irrefletidamente e, em seguida, verifica, por exemplo, a real impossibilidade de alocar os custos no orçamento mensal. Mencionada teoria não considera os motivos e as reais expectativas que levaram o indivíduo a contratar.

Assim é que, modernamente, a legislação⁴ vem demonstrando preocupação e intensificando a tutela ao consumidor, por força do surgimento de uma sociedade de consumo que produz e distribui em grande quantidade e busca o lucro incessantemente, resultando de tal atuação um desconhecimento do consumidor como ente personalizado e sujeito de direitos.

É frente a essa realidade que o direito ao arrependimento se revela como meio eficiente e apto a proteger a declaração de vontade do consumidor, para que ele possa refletir e decidir com calma, especialmente em determinados contratos que utilizam técnicas agressivas de vendas, resultando no equilíbrio na relação contratual.

O direito ao arrependimento pode ser definido, consoante entendimento de Carlos Ferreira de Almeida⁵ como “todas as hipóteses em que a lei concede a um dos contraentes (o consumidor) a faculdade de, em

⁴ CORDEIRO, A Menezes. *Tratado de direito civil português*. Coimbra: [s.n.], 99, p. 397: “A tutela do consumidor será tão antiga quanto o direito. Todavia, apenas no período industrial e pós-industrial ela ganhou autonomia sistemática e dogmática”.

⁵ ALMEIDA, Carlos Ferreira de. *Direito do consumo*. Coimbra: Almedina, 2005, p. 105.

prazo determinado e sem contrapartida, se desvincular de um contrato através de declaração unilateral e imotivada”.

Note-se, pela sua definição, que o direito ao arrependimento se constitui em um direito especial, por outorgar exclusivamente ao consumidor, e sem a indicação de qualquer motivo, a prerrogativa de resolver o negócio, pondo fim ao vínculo contratual, dentro de um prazo estabelecido pela lei.

O arrependimento, embora não aplicado a todas as espécies de contratos, é um dos institutos mais autênticos do direito do consumo e o que melhor representa a ruptura com os postulados liberais dos contratos, redesenhando o princípio da autonomia da vontade, para melhor ajustá-lo aos métodos massivos e pós-modernos de contratação.

Convém esclarecer que o direito ao arrependimento, em matéria de consumo, mostra-se como verdadeiro corolário do direito à informação, tendo em vista: a) que o acesso à informação é pressuposto inafastável para que o consumidor possa exercer o direito de escolha com autodeterminação, principalmente quando os produtos e serviços a serem consumidos não se constituem propriamente em necessidades do indivíduo e passam a ser ditados pelo mercado publicitário, como pseudo necessidades; b) o consumidor é sujeito e titular de direitos constitucionalmente protegidos e, nessa lógica, o direito à informação reveste-se de natureza fundamental.

Quanto à informação⁶, como obrigação imposta ao produtor ou fornecedor, nas relações de consumo, se constitui em um dever finalista, que tem por intento cientificar o consumidor de todas as qualidades e características do produto ou serviço, para que este possa integrar a relação contratual em igualdade material com a contraparte.

Dito isso, convém mencionar que o dever de informação deve revestir-se dos seguintes requisitos: a) adequação: diz respeito aos meios de informação utilizados, devendo estes serem compatíveis com os produtos ou serviços e com o consumidor destinatário final, importando que a linguagem utilizada seja clara; b) suficiência: relaciona-se com a completude da informação, não se pode omitir ao consumidor as características dos produtos; c) veracidade: as informações devem corresponder às características reais do bem contratado, como: preço, conteúdo, prazo e garantia.

⁶ A propósito do tema, MÚGICA, Santiago Cavanillas. Les contrats em ligne dans la théorie générale du contrat: le regard d'un juriste de droit civil. In : *Commerce Électronique: le temps des certitudes*, Cahiers du Centre de Recherches Informatique et Droit, n. 17, Bruylant, Bruxelles, 2000, p. 104.

Pode-se relacionar como exigências do direito à informação: a) essencialidade: decorre do dever pré-contratual a cumprir diante do consumidor, como: identidade do fornecedor, características essenciais, despesas de entrega, direito de rescisão etc.; b) compreensibilidade: a informação deve ser inteligível, ou seja, os meios linguísticos devem ser claros e o elemento necessário para satisfazer tal exigência, prende-se com a língua, que deve ser a nacional do consumidor; c) acessibilidade: tem a ver com a transmissão da informação, o produto ou serviço deve ser apresentado com todas as características, de forma acessível, assim, o conteúdo do contrato deve ser disponibilizado ao consumidor, de preferência por escrito ou por outro suporte durável; d) tempestividade: diz respeito ao momento da transmissão da informação, ou seja, deve ser realizada em tempo útil.

Nesse contexto, importa examinar as repercussões que o dever de informação projeta no âmbito do direito ao arrependimento, podendo-se inicialmente vislumbrar uma correlação, quando a própria lei condiciona o direito ao arrependimento à falta ou deficiência de informação.

Em um segundo momento, o direito à informação conexas-se com o direito ao arrependimento quando este é analisado sob o ponto de vista teleológico, visto que o direito ao arrependimento sem causa e imotivado só deve ser conferido ao consumidor, em determinados tipos de contratos. Tal sucede com os contratos a distância, em relação aos quais o consumidor não tem acesso direto ao produto antes de efetuar a compra, presumindo-se que, diante de referido contrato, o consumidor pode agir irrefletidamente.

Nesses termos é que o direito ao arrependimento, aliado ao direito à informação⁷, vem se mostrar instrumento hábil na defesa da sociedade de consumo crescentemente envolvida por uma publicidade de massa que visa estimular a aquisição de bens e serviços.

As legislações instituidoras do direito ao arrependimento nasceram frente a tal realidade, para permitir que o princípio da autonomia da vontade materialmente prevalecesse, sendo justo presumir a fraqueza jurídica do consumidor e realinhá-la, restaurando o equilíbrio negocial.

Não se trata de defender o princípio da interpretação mais favorável ao consumidor⁸, posto que tal enunciado é destituído de fundamentação, mas

⁷ CORDEIRO, António Menezes. Op. cit., 1999, p. 399: “O direito à informação particular abrange, desde logo, um pormenorizado dever de informar, na fase de negociação e da conclusão do contrato – artigo 8º/ 1 a 3; a violação desse dever dá azo a um dever de retractação, por parte do consumidor e, a um direito de indenizar, a favor dele – 8º/ 4 e 5”.

⁸ Em crítica ao preceito do art. 5º do Anteprojecto, expõe CORDEIRO, António Menezes. O anteprojecto do código do consumo. In: TELLES, Inocêncio Galvão. *O direito*. Ano 138º, IV, 2006, p. 696: “II. Com

sim, proceder a uma interpretação que se adapte efetivamente às peculiaridades que o caso reclama.

Assim, nos contratos em domicílio, de *time-sharing* e os celebrados a distância há uma evidente situação de superposição do fornecedor, em relação ao consumidor, visto que este último sofre grande influência, especialmente em decorrência das técnicas comerciais utilizadas, ficando em uma situação de vulnerabilidade, de forma tal que a vontade manifestada, muitas vezes não corresponde à vontade real.

Saliente-se, outrossim, a existência de um elemento que merece ser levado em consideração, qual seja – a boa fé. É esta que gera o dever pré-contratual⁹ de informar. Mencionado elemento apóia-se no fundamento material já exposto de que a desigualdade ou assimetria de informação cria um patente desequilíbrio entre as partes contratantes.

Dessa maneira, partindo-se do pressuposto de que a informação funciona como elemento útil e relevante na decisão de contratar, justo é que haja uma necessidade de proteção ao contraente menos informado. Assim, o dever de informação pré-contratual deve ser reconhecido quando as circunstâncias em causa forem de importância essencial para a parte não informada, permanecendo esta na ignorância, em detrimento da outra parte encontrar-se ciente das informações e de que essas informações deveriam ter alcançado a outra parte. Assim, o fornecedor deve assumir o ônus da informação, de forma que, não a prestando em tempo, descumpra obrigação pré-contratual, sujeitando-se às penalidades.

Por fim, cumpre observar que a informação, além de ter raiz no princípio da boa fé¹⁰, apresenta-se no direito do consumo com uma específica finalidade:

meros fitos exemplificativos, vamos assinalar alguns pontos que – no nosso entender – deveriam ser repensados: - art. 5º interpretação favorável ao consumidor; a doutrina mais recente, no campo laboral, rejeita *favores*; há sim, que proceder a uma correcta interpretação dos textos”. No mesmo sentido MARTINEZ, Pedro Romano. Anteprojeto do código do consumidor: contratos em especial. In: LEITÃO, Luís Menezes. *Estudos do instituto do direito de consumo*. Coimbra: Almedina, 2006, p. 59/60: “Assim, no art. 5º, relativo à interpretação mais favorável ao consumidor, ao estabelecer-se ‘que a lei consagra as soluções mais favoráveis ao consumidor’, alteram-se as regras gerais de interpretação da lei, que constituem insegurança na aplicação do direito”.

⁹ SILVA, Eva Sónia Moreira da. *Da responsabilidade pré-contratual por violação dos deveres de informação*. Coimbra: Almedina, 2003, p. 139: “A desigualdade de informação que as partes possuem desequilibra o contrato. Este deixa de ser um instrumento de justiça comutativa, pois uma das partes possui informações que a outra desconhece, sendo-lhe tal fato desvantajoso.”

¹⁰ LÔBO, P. Luiz Neto. Op. cit., p. 33: “O dever de informar tem raiz no tradicional princípio da boa fé objetiva, significativa da representação que um comportamento provoca no outro, de conduta materializada na lealdade, na correção, na probidade, na confiança. O princípio da boa fé objetiva foi refuncionalizado no direito do consumidor”.

tornar realizável a escolha, livre de embaraço imposto pelo mercado publicitário, na comercialização de produtos e serviços, potencializando, o Princípio da autonomia da vontade.

2. Do Direito ao arrependimento

2.1 Âmbito de aplicação

O direito ao arrependimento não é aplicável a todos os contratos de consumo, restringe-se apenas a alguns contratos que se apresentam como potencialmente capazes de interferir na vontade do consumidor, influenciando-a mediante técnicas de persuasão, de maneira a impedir que o consumidor possa exercer dignamente o direito de escolha.

Dentre os contratos que estabelecem o direito de reflexão ou arrependimento, podem ser citados: a) aqueles derivados de contratação a distância, por meio de instrumentos eletrônicos novos, como o *teleshopping*, compras pela internet ou e-mail, bem como através de catálogos postais e correspondência; b) contratos que se incluem nas chamadas vendas emocionais, como os contratos de *time-sharing* ou de multipropriedade.

Grande parte desses contratos insere-se no rol das denominadas vendas agressivas¹¹, cuja maior representação se faz nos dias atuais através da internet e da venda porta-em-porta. Mediante as citadas técnicas de vendas, o consumidor é cooptado, procurado e muitas das vezes manipulado psicicamente ou sutilmente convencido a adquirir produtos e serviços, em um autêntico cerco duramente empreendido no meio comercial¹².

No Brasil, o CDC prevê, no art. 49, o direito de desistir do contrato sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou em domicílio. Nesses casos, o consumidor não tem oportunidade de examinar o produto/serviço e constatar possíveis defeitos.

Note-se que o referido dispositivo possui caráter *numerus apertus*, com a citação apenas de exemplos. Assim, o direito ao arrependimento

¹¹ No âmbito da comunidade européia, a regulamentação do mencionado direito ocorreu com as Diretivas Comunitárias; 1985/577 (venda fora do estabelecimento); 994/47 (*time-sharing*); 1997/77 (vendas a distância) e 2002/65 (venda a distância).

¹² Cfr. em SERRANO, Luis Maria Miranda. *Los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles*. Su caracterización en el Derecho español. Madrid/Barcelona: Marcial Pons, 2001, p. 13-14.

abrange contratações por fax, telefone, videotexto, reembolso postal, catálogo, revistas, vendas em domicílio, e-mail etc.

2.2 Fundamentos

Apesar do empenho do legislador de diversos países ao afirmar o direito ao arrependimento, tal fator, por si só, não foi suficiente para outorgar-lhe unidade e disciplina de maneira homogênea¹³, não obstante se perspectivar quase exclusivamente ao âmbito do consumo. Por tal motivo, o arrependimento, como direito próprio e específico, apresenta justificações direcionadas a múltiplos sentidos¹⁴.

A doutrina ainda não encontrou posicionamento unânime acerca de seu fundamento, manifestando variadas justificativas, quer isoladamente, quer em bloco.

O mais comum dos fundamentos centra-se no fato de constituir o direito ao arrependimento em um período de *cooling off*¹⁵, 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.

Como outro fundamento do direito em análise, cite-se a correlação existente entre ausência ou deficiência do direito à informação¹⁶ e o consequente direito ao arrependimento¹⁷, Nesses casos, para o

¹³ A propósito da discussão ver ACHILLE, Monica. Diritto di recesso. In STANZIONE, Pasquale e SCIANCALEPORE, Giovanni (a cura di). *Commentario al codice del consumo*. [s.l]:IPSOA, 2006, p. 530.

¹⁴ Cfr. ALPA, Guido. *Il diritto dei consumatori*. Roma: Bari, 2003, p. 59.

¹⁵ LANZARA, Olindo. Informação sul direito de recesso. In: STANZIONE, Pasquale e SCIANCALEPORE, Giovanni (a cura di). *Commentario al codice del consumo*. [s.l] : IPSOA, 2006, p. 392: [...] è di chiara evidenza riconoscere un diritto di ripensamento da esercitare nel periodo di *cooling off*".

¹⁶ ALMEIDA, Teresa. *Lei de defesa do consumidor anotada*. [s.l] Edição Instituto do Consumidor, 2001, p.65: "Constituindo a informação completa, inteligível e adequada ao bem ou serviço em causa um elemento essencial para a decisão de contratar, compreende-se que seja atribuído ao consumidor o direito a retractsar-se".

¹⁷ ACHILLE, Monica. *Diritto di recesso*. Op. cit., 2005, p.530: "Da una prima prospettiva, la figura è stata esaminata delineando una netta distinzione tra ipotesi in cui il recesso si presenta come semplice ripensamento, restando, dunque, il termine ordinario di esercizio del diritto una sorta di periodo di riflessione, ed ipotesi in cui, al contrario, allo scioglimento unilaterale del vincolo è riconosciuta una portata sanzionatoria dell'altrui violazione di obblighi collegati alla trattativa, in particolare di obblighi di informazione".

reconhecimento do período de reflexão impõe-se como pressuposto lógico a insuficiência ou inexistência de informação, vindo o arrependimento a desempenhar uma verdadeira função sancionatória apta a recair sobre o fornecedor ou produtor, em face da violação, por parte deste, do dever de informar. Referida sanção possui a finalidade de neutralizar o *deficit* de informação¹⁸.

Nessa mesma linha de raciocínio, convém apresentar, ante o quadro fático acima delineado, mas com base no viés subjetivo oposto, ou seja, sob a ótica do consumidor, um outro fundamento para o direito ao arrependimento, qual seja, uma compensação ao consumidor, por ter figurado, na relação como potencialmente mais frágil, suportando os riscos de uma contratação mal sucedida. Assim, o período de reflexão funciona em realidade como um remédio¹⁹, um sanatório à situação de patente desequilíbrio entre as partes, ao mesmo tempo que desestimula práticas consideradas abusivas.

O direito ao arrependimento surge, outrossim, como forma de evitar o consumo inútil, realizado sob impulso, em que é subtraída do consumidor a capacidade de auto determinar-se e dirigir sua vontade livremente. Nesses casos, tal fundamento relaciona-se diretamente com os contratos a distância ou fora do estabelecimento comercial, nos quais o consumidor é tomado sob forte influência da publicidade, sem que o produto lhe seja apresentado de perto.²⁰

Pode-se verificar, quanto ao direito ao arrependimento, consoante ensinamento de Carlos Ferreira de Almeida “uma função de colmatar as insuficiências do sistema tradicional de vícios da vontade, culminando o processo da sua gradual objectivação”²¹. Nesses termos, o arrependimento vem substituir, de forma eficaz e mais simples, os vícios do consentimento, operando consequências inovadoras nas relações de consumo.

O arrependimento, como sucedâneo dos vícios, é mais eficaz porque sua concretização, via de regra, ocorre sem intervenção do Judiciário, de tal forma que o reconhecimento resulta da própria lei, proporcionando ao

¹⁸ Cfr. TORRANO, Rubio. *Contratación a distancia y protección de los consumidores en el derecho comunitario*: en particular, el desistimiento negocial del consumidor. [s.l.] : EDC, nº 4, 2002, p. 59-70.

¹⁹ Neste sentido cfr. ACHILLE, Monica. Op. cit., p. 522: “ Da questa angolazione il meccanismo del recesso appare orientato a costituire una sorta di ‘filtro’ necessario a risarcire la parte che subisce l’applicazione di tale rimedio al fine di scoraggiare il recedente”.

²⁰ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 612.

²¹ ALMEIDA, Carlos Ferreira. Op. cit., 2005, p. 108.

consumidor a faculdade de desistir livremente do negócio, sem indicação ou comprovação do motivo.

Por fim, um outro fundamento pode ser apontado em relação ao arrependimento²², que se prende com uma tradição de mercado, consistente nas denominadas “trocas”, as quais visam, simultaneamente, à livre circulação de mercadoria, confiabilidade no mercado e à proteção e satisfação proporcionada ao consumidor, mediante sua realização no âmbito do negócio.

Ressalte-se inexistir disposição legal que obrigue o fornecedor a efetuar a troca das mercadorias que comercializa, mas tal prática se instalou em meio às relações de consumo, antecedendo o atual direito de consumo, em claro prenúncio ao direito de arrependimento.

Observada de perto, pode-se concluir que o uso das “trocas”²³, no meio comercial, revela-se com a idêntica finalidade do direito ao arrependimento, quanto à faculdade que assiste ao cliente de rever sua decisão acerca do contrato, possibilitando, se não a rescisão, a permuta do bem, objeto do negócio.

Reconheça-se, entretanto, que o direito ao arrependimento é exercido de uma forma mais ampla, possibilitando a própria resolução do contrato, fato que não sucede igualmente com as trocas. Porém, mesmo em face de operarem resultados distintos, possuem ambas a mesma função, ou seja, imprimir confiança no mercado e produzir satisfação aos consumidores quanto aos bens adquiridos.

2.3 Circunstâncias de Exercício

²² Importante é vislumbrar, ainda, como fundamento do direito ao arrependimento, a proteção dos concorrentes e do mercado, veja-se, a propósito ALMEIDA, Carlos Ferreira. Op. cit., 2005, p. 108-109 que suscita a questão, ressaltando que o direito ao arrependimento, com a faculdade de desistir livremente do contrato, se constitui em um reforço no sentido da sua realização, além de elevar a confiança dos consumidores.

²³ Neste sentido, entendemos que a “troca” de bens de consumo, largamente utilizada no meio comercial, não se constitui propriamente em costume, mas redunda no que a doutrina denomina de “uso”, por derivar de uma prática social reiterada, cuja constatação pode resultar da mera observação fática, porém sem implicar, necessariamente em uma regra jurídica, inexistindo, outrossim, a convicção de sua obrigatoriedade. Nestes termos, compete ao comerciante efetuar a troca espontaneamente, a título de boa política de mercado. A propósito do tema, cfr. ASCENSÃO, José de Oliveira. *O direito: introdução e teoria geral*. 13. ed. Coimbra: Almedina, 2005, p. 264/266, apresenta como requisitos essenciais para a configuração do costume: o uso e a convicção de sua obrigatoriedade. Igualmente cfr, em ALLIX, Jean. La protection du consommateur en matière de contrats à distance. *Revue Européenne de Droit de la Consommation*. n. 2, 1993, p. 95-108.

Quanto às circunstâncias em que o direito ao arrependimento é exercido, ressalte-se inicialmente a potestatividade²⁴, por ela, o direito é exercido independentemente de qualquer causa, unilateralmente pelo consumidor. Os dispositivos legais que estabelecem tal direito não exigem qualquer justificativa que tenha a finalidade de condicionar o uso e, embora seja certo que o consumidor tenha suas razões para desistir, sejam elas plausíveis ou não, nenhuma relevância tem para o exercício desse direito.

Cite-se, ainda, a temporalidade como uma das circunstâncias exigidas para a prática do direito ao arrependimento, ou seja, os dispositivos legais que estabelecem mencionado direito, o fazem com a instituição de prazo certo e determinado, variável, é certo, conforme as especificidades de cada contrato, bem como com a existência de determinadas situações fáticas, exigidas pela lei, como é o caso da verificação do cumprimento do dever de informação por parte do produtor ou fornecedor.

O direito ao arrependimento se exerce ainda, de maneira gratuita, não dependendo do pagamento de qualquer custo ou encargo adicional, nem mesmo com taxas equivalentes à devolução do produto. A imposição de taxa importaria em uma penalização, constituiria obstáculo à sua sustentação, limitando, sobremaneira, seu exercício e dificultando que o consumidor possa dele fazer uso.

Por fim, saliente-se que o direito ao arrependimento é irrenunciável, visto ser previsto em norma de ordem pública, não admitindo que as partes possam afastá-lo, mediante disposição contratual, sob pena de nulidade da cláusula. O direito de consumo, apesar de encontrar-se atrelado, por força dos contratos, à autonomia da vontade, possui uma forte carga de interesse público, motivo pelo qual não será admissível sua renúncia.

Nomeadamente quanto ao prazo estabelecido para o exercício do direito ao arrependimento, necessário analisar algumas questões pertinentes. Conforme já mencionado, o exercício de tal direito deve circunscrever-se ao

²⁴ CORREIA, Miguel Pupo. *Contratos a distância: uma fase na evolução da defesa do consumidor na sociedade de informação?* In: MONTEIRO, António Pinto (Director). *Estudos de direito do consumidor*, n. 4, Coimbra: Almedina, 2002, p. 176: “O aspecto porventura mais saliente desse direito é a sua potestatividade ‘ad nutum’: o direito de resolução não depende da ocorrência de nenhuma *justa causa* de exigibilidade da vinculação do consumidor (ao invés do que ocorre em geral com esta causa de cessação dos contratos), sendo antes de configurar como um direito de retractação ou arrependimento imotivado que cabe discricionariamente ao consumidor”.

lapso temporal previamente estabelecido, que, por sua vez, apresenta variações, conforme a previsão encontre-se em diretivas²⁵ ou leis²⁶, e neste último caso, conforme o ordenamento jurídico de cada país²⁷.

É de notar-se, entretanto, que referido prazo varia, nos diversos países que o adota, em geral entre 7 a 10 dias, e é alargado para 30 ou 90 dias quando se trata de falha no cumprimento do dever de informação²⁸.

No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor estabelece, no art. 49, o prazo de 7 dias para que o consumidor possa desistir do contrato, sem a indicação dos motivos, nos casos em que o contrato for celebrado fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou em domicílio.

²⁵Na Comunidade Européia ver: Diretiva 85/577 que trata das vendas fora do estabelecimento comercial, no art. 5º estabelece o prazo mínimo de 7 dias para que o consumidor possa renunciar aos efeitos do compromisso que assumiu. A Diretiva 94/47 sobre *time-sharing* prevê, no art. 5º, nº 1, o prazo de 10 dias para que o adquirente possa rescindir o contrato sem indicação dos motivos e, de 3 meses, caso o contrato não contenha as informações necessárias. A Diretiva 97/7 sobre venda a distância estipula o prazo de pelo menos 7 dias para que o consumidor possa rescindir o contrato, segundo dispõe o art. 6º, nº1 e, de 3 meses ante o incumprimento do dever de informação por parte do fornecedor, neste caso, a partir do cumprimento das informações, o consumidor terá reaberto o prazo de 7 dias para o exercício do referido direito. A Diretiva 2002/65, que trata das vendas a distância, no art. 6º, nº 1, determina o prazo de 14 dias para que o consumidor possa rescindir o contrato sem indicação do motivo e, 30 dias no caso de contratos a distância, abrangidos pela Directiva 90/619/CEE, relativos a seguros de vida e no caso de operações referentes a pensões individuais.

²⁶ Em Portugal, o Decreto-lei nº 143/2001, que trata dos contratos celebrados a distância, ao domicílio e outros, estabelece em seu art. 6º, nº 1, o direito de livre resolução, a ser exercido no prazo de 14 dias, estendendo-o para 3 meses, conforme previsão do art. 6º, nº 2, c, quando o fornecedor não tiver cumprido as obrigações referentes às informações necessárias. A Lei nº. 275/93, que trata do direito real de habitação periódica estipula, no art. 16º, o prazo de 10 dias para que o adquirente possa resolver o contrato, sem indicar os motivos ou qualquer encargo, igual prazo estabelece o art. 49º para os contratos de habitação turística. A Lei nº. 24/96, Lei de Defesa dos Consumidores prevê, no art. 9º, nº 7, o prazo de 7 dias. O Decreto-lei nº. 359/91, que disciplina os contratos de crédito ao consumo, no art. 8º estabelece o prazo de 7 dias ao contraente para revogar sua declaração. O Anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor estabelece, no art. 183º, nº 2 e 187º, o prazo de 7 dias para que o consumidor possa resolver o contrato, ante a deficiência ou ausência de informação, aplicando-se tal prazo à generalidade dos contratos que envolvem relações de consumo. Em se tratando de contratos a distância, o art. 233º, nº 1, estabeleceu o prazo de 14 dias exercício do direito de livre resolução, alargando-o para 30 dias, quando se tratar de serviços financeiros, art. 233º, nº 5.

²⁷ O Código de Defesa do Consumidor do Brasil, para os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou em domicílio, estabelece no art. 49, o prazo de 7 dias para que o consumidor possa desistir do contrato sem a indicação dos motivos. Na França, o Code de la Consommation estabelece em seu art. 121-25, o prazo de 7 dias para que o consumidor possa exercer o direito de arrependimento, tal direito é aplicável apenas aos contratos concluídos fora do estabelecimento comercial. Na Itália, o *Codice del consumo* estabelece o direito ao arrependimento, no art.64º, nº 1, com a previsão do prazo de 10 dias para que o consumidor, nos casos de contrato a distância ou celebrados fora do local comercial possa exercer o direito de arrependimento, referido prazo é alargado para 90 dias se constatada a deficiência de informação. Na Alemanha, com a reforma do BGB – 2001/2002, o § 355 previu um direito especial de devolução das coisas e serviços, introduziu as normas de proteção do consumidor no

2.4 Natureza

No que diz respeito aos contratos de consumo, importante analisar qual a natureza jurídica do direito ao arrependimento, levando em consideração os resultados que produz. Dentro da mesma lógica, outra questão se impõe: como tratar o vínculo contratual²⁹ durante o período destinado à reflexão?

Apresentamos, inicialmente, o modelo de eficácia suspensa, pelo qual o prazo destinado ao exercício do direito ao arrependimento opera efeito impeditivo negativo, tendo, assim, por função, barrar a eficácia do contrato, ou seja, na pendência do prazo, o contrato é ineficaz.

Nessa primeira hipótese, o contrato só terá efeito se, durante o período de reflexão, o direito de arrependimento não for exercido. O negócio, de início

Código Geral e criou o direito ao arrependimento sem causa *Widerrufsrecht bei Verbraucherträgen*, de 2 semanas, a contar da informação do direito de arrepender-se, até 6 meses em caso de falha da informação, mas estabeleceu prazos particulares, conforme as várias espécies de contratos, conferir: § 312 (contratos porta em porta e a distância); § 651i (contratos de viagem); § 485 (contratos de multipropriedade); § 495 (crédito ao consumo).

²⁸ A lei portuguesa de Defesa do Consumidor n.º. 24/96 estabelece para as vendas que se processam fora do estabelecimento comercial, por correspondência e equiparadas, o prazo geral de 7 dias. A concessão deste período se relaciona com a falta ou insuficiência de informação. Referido prazo de 7 dias vem sendo mantido pelo Anteprojeto do Código do Consumidor, que, no entanto, alarga sua aplicação à generalidade dos contratos de consumo, sempre que houver ausência ou insuficiência de informação. No entanto, estabelece o anteprojeto, o prazo de 14 dias quando se tratar de contratos a distância. Sublinhe-se, entretanto, que, uma vez findo referido prazo, sem que o consumidor tenha o exercido, não ficam precludidos os direitos estabelecidos na lei, no caso de o contrato não vir a ser cumprido conforme estipulado pelas partes. Nessas hipóteses, especialmente quando o produtor ou fornecedor efetua a prestação nos moldes temporais acordados, e mais adiante o produto se revela com vícios ou irregularidades, é possível reclamar solução com base no cumprimento defeituoso dos contratos. O problema se desdobra em duas vertentes distintas: uma é o direito que assiste ao consumidor de fazer extinguir o contrato de forma imotivada, desde que no prazo legal e, outra é resolver o contrato por incumprimento de cláusulas contratuais ou práticas fraudulentas, uma vez ultimado o prazo para exercício do direito ao arrependimento. Assim, uma solução não interfere, necessariamente, no âmbito da outra, constituem apenas vias diferentes para resolver o contrato. O art. 8 da Lei Portuguesa de Consumo preceitua Art. 8.º, n.º. 4: Quando se verifique falta de informação, informação insuficiente, ilegível ou ambígua que comprometa a utilização adequada do bem ou do serviço, o consumidor goza do direito de retractação do contrato, relativo à sua aquisição ou prestação, no prazo de sete dias úteis, a contar da data de recepção do bem ou da data de celebração do contrato de prestação de serviços.

²⁹ Acerca da natureza do direito ao arrependimento, em função dos efeitos que produz, ALMEIDA, Carlos Ferreira. Op. cit., 2005, p. 110 e 111, apresenta, consoante o direito francês, duas modalidades conhecidas na legislação: a) reflexão anterior à formação do contrato e b) reflexão posterior à celebração do contrato. Pelo primeiro modelo, o direito ao arrependimento destina-se a retardar o consentimento, através da imposição de um tempo, antes do qual não há que se falar em contrato. No segundo modelo, o direito ao arrependimento funciona como a faculdade que o consumidor possui de, durante um certo tempo, declarar sem efeito um contrato já firmado.

não gera qualquer eficácia, podendo vir a tê-la, uma vez ultimado o prazo legal, *in albis*.

No presente caso, o direito ao arrependimento possui efeito impeditivo, evita que o acordo contratual se torne eficaz. O não exercício do direito ao arrependimento funciona como uma condição suspensiva.

Didaticamente, o mencionado modelo apresenta-se de forma simplificada e com uma lógica elementar de compreensão. Assim, depreende-se que, uma vez revogada a declaração contratual pelo consumidor, mediante concessão *ex lege* e meramente potestativa, o contrato, cuja eficácia encontra-se suspensa, não chega a produzir efeitos³⁰, nem para o futuro, nem para o passado, simplesmente porque, na pendência da revogação, o contrato é ineficaz³¹.

Quanto ao modo de eficácia resolúvel³², importa esclarecer que o contrato ficará sem efeito se, durante o período de reflexão, o direito de arrependimento for exercido. Nesses termos, o negócio jurídico tem inicialmente eficácia, podendo convolar-se em ineficaz, com a verificação do fato positivo.

No modelo de eficácia resolúvel, pressupõe-se que o contrato foi formado validamente. O direito ao arrependimento tem sempre efeitos negativos, opõe-se ao direito de opção que, por sua vez, possui efeito contratual criativo, embora ambos os direitos apresentem natureza potestativa e temporária.

Aduz Carlos Ferreira de Almeida³³ que o mecanismo desse modelo é menos claro, consistindo a principal dúvida teórica na identificação do fato, em relação ao qual se produzem os efeitos extintivos da notificação do arrependimento: a declaração negocial seria revogada ou o contrato é que seria resolvido?

³⁰ Atente-se ao fato de que o consumidor, neste caso, fica na condição de mero depositário do bem.

³¹ MARQUES, Cláudia Lima. Op. cit., 2006, p. 838, informa que antes da reforma do BGB de 2001, a Alemanha adotava o modelo de eficácia suspensa, nos seguintes termos: “A lei alemã de 1986, hoje consolidada nos §§ 312 e 312 a do Código Civil alemão, considera que a *aceitação* do consumidor, a sua manifestação de vontade, ficaria *suspensa* e só seria eficaz, segundo o § 1º, ‘se o cliente, no prazo de uma semana, não revogar por escrito’. Logo, para o direito alemão (§§ 3212 e 355 do BGB-Reformado), nas vendas em domicílio, a oferta e a aceitação inicial do consumidor não formam um contrato, o que caracterizaria a eficácia normal da aceitação. A aceitação fica como que submetida por lei a uma condição suspensiva, não é eficaz até a passagem do prazo sem nova manifestação. Se o cliente revoga (*Widerruft*) sua aceitação, no prazo e nas condições legais, a aceitação nunca terá tido eficácia, o contrato nunca terá sido formado, pois o evento futuro e incerto (a passagem do prazo sem revogação), a que estava submetida a manifestação de vontade do consumidor, não ocorreu”.

³² Modelo adotado pela legislação brasileira, art. 49 do Código de Defesa do Consumidor.

³³ ALMEIDA, Carlos Ferreira de. Op. cit., 2005, p. 112-113.

A legislação alemã³⁴ oferece a solução no sentido de que a notificação tem natureza de revogação da declaração contratual, mas os efeitos que dela decorrem são semelhantes aos da resolução do contrato.

Nesses termos, saliente-se que a eficácia resolúvel³⁵ implica destruição dos efeitos já produzidos, por se compreender que, sendo o contrato imediatamente eficaz, reúne todos os efeitos ligados à prestação e contraprestação, de forma que a desistência durante o prazo de reflexão, se ocorrer, resolve o contrato, devendo cada parte devolver a respectiva prestação porventura efetuada, ficando liberadas do vínculo contratual.

Outra questão pertinente é que resulta da adoção do modelo de eficácia resolúvel é que, ao contrário do que sucede no modelo de eficácia suspensa (consumidor atua como mero depositário do bem), o consumidor é o novo proprietário do produto e não mero possuidor, visto que o contrato foi concluído instantaneamente e que o recebimento do produto pelo consumidor operou a tradição do bem, transferindo o domínio.

Dessa forma, se o consumidor tenciona exercer o direito de arrependimento, deve cuidar para que o produto não pereça, caso o faça, pode até desistir do vínculo obrigacional, mas terá que arcar com os valores da depreciação, junto ao fornecedor.

Tal resposta encontra amparo no princípio do enriquecimento ilícito, visto que, se assiste ao consumidor o direito de desfazer o vínculo contratual, no prazo legal, justo é que às custas do fornecedor não venha locupletar-se, enriquecendo ilicitamente.

Na Europa, as recentes leis³⁶ que transpuseram as diretivas sobre o direito ao arrependimento optaram pelo modelo de eficácia resolúvel, posto que geralmente utilizam a expressão – direito de resolução – que sugere a destruição de efeitos já produzidos.

³⁴ Consoante notícia ALMEIDA, Carlos Ferreira de. Op. cit., 2005, p. 111: “No direito alemão verificou-se a evolução do modelo da eficácia suspensa, que correspondia ao regime de vários contratos de consumo anterior às reformas do BGB de 2000 e 2001, para o modelo da eficácia resolúvel (*schwebende Wirksamkeit*), que está actualmente consagrado com clareza no § 355 do BGB”.

³⁵ MARQUES, Cláudia Lima. Op. cit., 2006, p. 841: “Seria algo análogo a uma condição resolutiva tácita ou legal, em virtude da natureza especial da venda. O contrato estaria perfeito e terminado, não necessitando nova declaração de vontade”.

³⁶ Em Portugal, um caso especial, previsto no art. 8º do Decreto-lei nº 359/91, aponta para um modelo de eficácia suspensa, veja-se: a declaração negocial do consumidor relativa à celebração de um contrato só se torna eficaz se o consumidor não a revogar no prazo de 7 dias úteis a contar da assinatura do contrato.

A adoção de referido modelo impõe ao produtor ou fornecedor pesadas consequências jurídicas consistentes na sujeição da quebra do vínculo contratual, de forma unilateral por parte do consumidor, bem como na obrigação de receber o produto comercializado e restituir o pagamento, na maioria das vezes, já ultimado por completo.

2.5 Regime Consequente

O principal resultado advindo do exercício do direito ao arrependimento é a produção de eficácia liberatória às partes contratantes, com o consequente desfazimento do vínculo contratual. Em virtude de tal decorrência, surgem para as partes obrigações³⁷ que importam em reconstituir *o status quo ante*. Assim, ao consumidor compete a obrigação de restituir o produto nas condições em que o recebeu e, para o fornecedor, o dever de efetuar a devolução das quantias que lhe foram eventualmente pagas.

Conforme já discutido, o direito ao arrependimento visa liberar o consumidor do vínculo contratual, sem que este venha a arcar com qualquer ônus. Nesse sentido, tratando-se de contratos de serviços, é bem possível que o consumidor queira arrepender-se, mas terá que ressarcir o fornecedor pelo serviço já ultimado, porém quando se tratar de prestação única, cuja execução é imediata, não faz sentido que o consumidor exerça o direito de arrependimento, tendo em vista que, se o fizer, resolve o vínculo contratual e, via de consequência, não pode reclamar do serviço prestado porventura defeituoso.

Ressalte-se que a legislação alemã, como aduz Cláudia Marques, “propõe a solução de afastamento do direito de arrependimento, se foi o consumidor quem solicitou ao fornecedor vir até sua residência para, por exemplo, consertar o fogão [...]”³⁸.

³⁷ LURILLI, Cristiano. *Manuale di diritto dei consumatori*. Giappichelli Editore: Torino, 2005, p. 140: “Nel momento in cui il consumatore esercita validamente il diritto di recesso attribuitogli dal decreto, il rapporto contrattuale si scioglie. Nascono così in capo alle parti contrattuali reciproci obblighi restitutori: il consumatore dovrà restituire al fornitore il bene ricevuto oggetto di vendita a distanza.”

³⁸ MARQUES, Lima. Op. cit., p. 847, aduz ainda: “solução semelhante não ofende os princípios do CDC – bem ao contrário, se adapta perfeitamente à ideia de boa-fé obrigatória de ambas as partes, tanto na fase pré-contratual como contratual”.

Só é possível o exercício do direito ao arrependimento, acompanhado de todas as consequências que lhe são normativamente atribuídas, quando se tratar de prestação de serviço de execução continuada, sendo impossível restituir um serviço que já foi prestado³⁹.

Acresça-se, por fim, que, na legislação portuguesa, o exercício válido do direito ao arrependimento⁴⁰ consubstancia-se mediante expedição, por parte do consumidor de carta registrada⁴¹, com aviso de recepção comunicando a vontade de resolver o contrato.

Com a declaração de arrependimento, conforme sublinhado, o vínculo contratual se desfaz entre consumidor e vendedor, subsistindo, contudo, em caso de contratos coligados⁴², como nas hipóteses de cartões de crédito ou financiamento, o problema referente ao crédito celebrado com a sociedade financeira. Nesses termos, o exercício do direito ao arrependimento acarreta a resolução automática do contrato de crédito.

Quando o consumidor recorre a sistema de crédito, mesmo que parcialmente, através do fornecedor ou de um terceiro com quem tenha um acordo, para comprar os produtos ou contratar os serviços, ao pôr fim ao contrato de compra e venda dos produtos ou de prestação do serviço, está, automaticamente, a pôr fim ao contrato de crédito, sem que tenha que pagar qualquer indenização por esse motivo⁴³.

³⁹ O Código de Consumo italiano prevê que, em se tratando de contratos de prestação de serviços, o direito ao arrependimento não pode ser exercido quanto às prestações já ultimadas. O fundamento é a irrepetibilidade da prestação do serviço executado, pois, uma vez concretizado, substancialmente em uma atividade não produtiva de bens, encontrando-se já finalizado, impossível será a restituição. *Codice del consumo*, art. 48, 1: “Per i contratti riguardanti la prestazione di servizi, il diritto di recesso non può essere esercitato nei confronti delle prestazioni che siano già state eseguite”.

⁴⁰ Art. 18º, nº 5 do Decreto-lei 143/2001.

⁴¹ Igualmente, a lei francesa estabelece que o direito ao arrependimento seja procedido mediante a expedição de carta registrada com aviso de recebimento, art. 121-25: “Dans les sept jours, jours fériés compris, à compter de la commande ou de l’engagement d’achat, le client a la faculté d’y renoncer par lettre recommandée avec accusé de réception. Si ce délai expire normalement un samedi, un dimanche ou un jour férié ou chômé, il est prorogé jusqu’au premier jour ouvrable suivant ». *Code de la Consommation*. Editions Dalloz, Annotations de Jurisprudence et Bibliographie par AULOY, Jean Calais, 1999.

⁴² No direito alemão existe disposição semelhante acerca do tema, veja-se em MARQUES, Cláudia Lima. Op. cit., 2006, p.839: “Este direito geral de arrependimento sem causa dos consumidores vem aliado ao direito de devolução do produto ou serviço” (*Rückgaberecht bei Verbraucherverträgen*). No novo § 356 do BGB-Reformado, e ao direito de “parar” os contratos de pagamento conexos, tais como os dos cartões de crédito (*Einwendungen bei verbundenen Verträgen*), § 359 do BGB.

⁴³ Igual efeito se processa no direito do consumo italiano, segundo observa ACHILLE, Monica. Op. cit., 2006, p. 551: “importante effetto collegato all’esercizio del recesso nel rapporto contrattuale principale è, in conclusione, l’effetto solutorio dell’eventuale contratto di credito al consumo al primo collegato”.

Assim, o contrato secundário, geralmente por cartão de crédito, conexo com o contrato principal, dissolve-se, sem qualquer custo para o consumidor, em virtude do exercício do direito ao arrependimento⁴⁴ ter extinguido o contrato principal.

3. Considerações finais

Por força do desenvolvimento das técnicas de contratação, empreendidas pelo atual mercado, o consumidor passou a ocupar uma posição de notória inferioridade na relação contratual. Assim, a deficiência de informação, o exíguo prazo concedido para manifestação da vontade acerca do contrato, a forte pressão psicológica empreendida pelos fornecedores, geralmente com o uso de um *marketing* agressivo, vêm colocando o consumidor em patente situação de vulnerabilidade.

Dessa forma, o direito ao arrependimento, segundo entendemos, imprime à relação contratual o necessário equilíbrio, de maneira a resguardar os interesses dos consumidores, face às novas técnicas de vendas, possibilitando uma manifestação de vontade que realmente reflita a vontade racional, isenta de determinismo imposto pelos fornecedores.

Nesses termos, entendemos que a autonomia da vontade continua a constituir o grande pilar do sistema contratual, porém defendemos que essa liberdade deva ser compreendida em seu aspecto material, como liberdade efetiva e foi este o sentido que levou o legislador a tutelar a vontade do consumidor, evitando que circunstâncias do meio comercial pudessem abatelá-lo psicologicamente, impedindo-o de refletir sobre a necessidade e conveniência do ajuste.

O direito ao arrependimento, como se apresenta nos recentes ordenamentos jurídicos, atende aos fins a que se propõe: colmatar as insuficiências da teoria clássica dos vícios da vontade e do consentimento.

⁴⁴ MARQUES, Cláudia Lima. Op. cit., p.861: “Certo que o CDC brasileiro também foi tímido neste aspecto, poderia existir uma norma explícita sobre o tema, vinculando os contratos, mas aqui o recurso à tradicional visão causal de nossos negócios e à regra de que o acessório segue o principal poderia evitar que dívidas (monstruosas como no *time-sharing*) fossem cobradas, apesar de rescindido o contrato principal de consumo ou de qualquer maneira frustrado o vínculo. A pluralidade aqui é de contratos, mas também de sujeitos”.

Por outro lado, reconhecemos as deficiências estruturais desse novo instituto, visto apresentar uma natureza jurídica confusa, ora revestindo-se a consequência do ato de arrependimento em resolução contratual, ora sendo denominada de rescisão ou retratação.

O que parece consensual é o fato do arrependimento não se constituir em mera reflexão, tendo em vista que o período de reflexão sugere a imposição de um tempo para que o consumidor pense em uma proposta e decida-se ou não por contratar. Nesse caso, a reflexão é anterior à formação do contrato e visa retardar o consentimento.

Porém, nos moldes como foi delineado, não há dúvida de que o prazo para reflexão e o exercício do direito de arrependimento desfazem um vínculo contratual perfeito, visto que o acordo inicial é eficaz com a entrega do produto por parte do fornecedor e o correspondente pagamento pelo consumidor.

De outra parte, apresentamos reservas ao alargamento do instituto para os contratos em geral ou para todos os contratos de consumo. Entendemos que o princípio da autonomia da vontade deve imperar, produzindo força obrigatória entre as partes, mesmo porque o sistema legal oferece alternativas à solução dos problemas surgidos em condições que não sejam excepcionais, como as aventadas, por exemplo, para os contratos a distância.

Nesse caso, o sistema tradicional de anulação ou de modificação dos contratos, incluindo a teoria dos vícios e o princípio da boa-fé, constitui mecanismo capaz de salvaguardar a liberdade de decisão, mantendo o equilíbrio das prestações contratuais.

Ressaltamos que o direito à informação deve ser visto como um pressuposto necessário do direito ao arrependimento, com as características que lhe são decorrentes de veracidade, adequação e suficiência, constituindo-se, dessa forma, em elemento essencial para a decisão de contratar.

Por fim, entendemos que o direito ao arrependimento, se aplicado criteriosamente apenas aos casos restritos pela lei, não compromete a segurança e a estabilidade do comércio, muito menos atinge ou nega o princípio da autonomia da vontade. Ao revés, vem atribuir à referida teoria uma dimensão compatível com as particularidades que envolvem os contratos de massa, celebrados sob impulso pelos consumidores.

Referências bibliográficas

ACHILLE, Monica. *Diritto di ricesso*. In: STANZIONE, Pasquale e SCIANCALEPORE, Giovanni (a cura di). *Commentario al codice del consumo*. [s.l.] : IPSOA, 2006.

LÔBO, Paulo Luiz Neto. A informação como direito fundamental do consumidor. In: *Estudos de direito do consumidor*. [s.l.] : Centro de Direito do Consumidor, n. 3, 2001.

LURILLI, Cristiano. *Manuale di diritto dei consumatori*. Torino: Giappichelli Editore, 2005.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

MARTINEZ, Pedro Romano. Anteprojeto do código do consumidor: contratos em especial. In: LEITÃO, Luís Menezes (coord.). *Estudos do instituto do direito de consumo*. Coimbra: Almedina, 2006. ALLIX, Jean. La protection du consommateur en matière de contrats à distance. *Revue Européenne de Droit de la Consommation*. n. 2, 1993.

MONTEIRO, António Pinto (Director). *Estudos de direito do consumidor*, n. 4, Coimbra: Almedina, 2002.

ALMEIDA, Carlos Ferreira de. Negócio jurídico de consumo. *Boletim do Ministério da Justiça*, n. 347, Junho, 1985.

_____. *Direito do consumo*. Coimbra: Almedina, 2005.

ALMEIDA, Teresa. *Lei de defesa do consumidor anotada*. [s.l.] : Edição Instituto do Consumidor, 2001.

ALPA, Guido. *Il diritto dei consumatori*. Roma: Bari, 2003.

AULOY, Jean Calais. *Code de la Consommation*. Editions Dalloz, Annotations de Jurisprudence et Bibliographie par Jean Calais Auloy. Paris: 1999.

ASCENSÃO, José de Oliveira. *O direito : introdução e teoria geral*. 13. ed. Coimbra: Almedina, 2005.

CABRAL, Rita Amaral. A responsabilidade por prospecto e responsabilidade pré-contratual. In: CORDEIRO, António Menezes e CABRAL, Rita Amaral. *Vícios na empresa privatizada : responsabilidade pelo prospecto - culpa 'in contrahendo' – indenização*. Lisboa: Ordem dos Advogados, 1993.

CORDEIRO, António Menezes. *Da modernização do direito civil I : aspectos gerais*. Coimbra: Almedina, 2004.

_____. O anteprojecto do código do consumo. In: TELLES, Inocência Galvão (Director). *O direito*. Coimbra, ano 138, v.4. 2006.

_____. *Tratado de direito civil português: parte geral*. Coimbra: Almedina, 1999.

_____. *Da boa-fé no direito civil*. Coimbra: Almedina, 1997.

CORREIA, Miguel Pupo, Contratos a distância: uma fase na evolução da defesa do consumidor na sociedade de informação? In: MONTEIRO, António Pinto (Director). *Estudos de direito do consumidor*. Coimbra, n. 4, 2002.

FARJADO, Pedro. Colchão. Concessão de crédito e exercício do direito de arrependimento. In: CARVALHO, Jorge M. e GOUVEIA, Mariana França. *Conflitos de consumo*. Coimbra: Almedina, 2006.

LANZARA, Olindo. Informazione sul diritto di recesso. In: STANZIONE, Pasquale e SCIANCALEPORE, Giovanni (a cura di). *Commentario al codice del consumo*. [s.l : IPSOA, 2006.

LEITÃO. Luís Manuel Teles Menezes. *Direito das obrigações*. 4. ed. Coimbra: Almedina, 2006.

MONTEIRO, António Pinto. Do direito do consumo ao código do consumidor. In: *Estudos de direito do consumidor*. [s.l]: Centro de Direito do Consumo, nº1, 1999.

MÚGICA, Santiago Cavanillas. Les contrats em ligne dans la théorie générale du contrat: le regard d'un juriste de droit civil. In : Commerce Électronique – le temps des certitudes – Cahiers du Centre de Recherches Informatique et Droit, n. 17, Bruylant, Bruxelles, 2000.

NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

PINTO, Carlos Alberto da Mota. *Teoria geral do direito civil*. 4. ed. Coimbra: Coimbra Editora, 2005.

PINTO, Paulo Mota. Princípios relativos aos deveres de informação no comércio à distância. In MONTEIRO, António Pinto (Director). *Estudos de direito do consumidor*. n. 5 . Coimbra: Coimbra Editora, 2003.

SERRANO, Luis M M. *Los contratos celebrados fuera de los establecimientos mercantiles: su caracterización en el Derecho español*. Madrid: Marcial Pons, 2001.

SILVA, Eva Sónia Moreira da. *Da responsabilidade pré-contratual por violação dos deveres de informação*. Coimbra: Almedina, 2003.

TORRANO, Rubio. *Contratación a distancia y protección de los consumidores en el derecho comunitario: en particular, el desistimiento negocial del consumidor*. [s.l]: EDC, n. 4, 2002.

WIEACKER, Franz. *História do direito privado moderno*. 2. ed. [s.l] : Fundação Calouste Gulbenkian, 2000.