

Alessandro da Cruz: Bens imateriais não dão direito a arrependimento

No dia 14 de maio, entrou em vigor o Decreto Federal 7.962/2013, que dispõe sobre a proteção do consumidor na contratação no comércio eletrônico, adaptando regras já existentes no Código de Defesa do Consumidor à realidade do comércio eletrônico.

Dentre inúmeras disposições, o Decreto traz exigências específicas sobre o direito de arrependimento, o qual já se encontrava previsto artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, e consiste no direito de o consumidor cancelar sua compra em um prazo de sete dias contados da contratação ou do recebimento do produto, sempre que esta ocorrer fora do estabelecimento comercial, a exemplo das operações pela internet. É uma regra criada em favor do consumidor, que muitas vezes está sujeito, em tais ocasiões, a aquisições às cegas, correndo o risco de ocorrer surpresas desagradáveis no momento da entrega.

Mas a pergunta que fica é: há exceções ao direito de arrependimento quando a compra é feita pela internet?

Vamos considerar a compra virtual convencional, na qual o consumidor adquire determinado produto em um site de um fornecedor, responsável pela posterior remessa do material adquirido. Nesse caso clássico, o direito de arrependimento nos parece de fácil e correta aplicação. A ideia central do direito de arrependimento é conceder ao consumidor a segurança jurídica de fazer compras fora do estabelecimento comercial, situação em que não se pode, naquele momento, analisar, provar, testar, tocar, e ver se é, de fato, aquele produto que o consumidor está buscando; fornecendo uma espécie de contrapartida em razão da ausência de importantes elementos para decidir a respeito da compra.

Mas existem situações especiais, nas quais a aplicação do direito de arrependimento torna a relação excessivamente benéfica ao consumidor, o que claramente não é o propósito do Código de Defesa do Consumidor ou qualquer outra norma consumerista. As normas de proteção ao consumidor buscam o equilíbrio da relação, e não favorecer o consumidor de forma excessiva e desigual. Como exemplos dessas situações desiguais podemos citar a desistência da compra de passagens aéreas pela internet, compra de músicas, filmes, seriados, programas de TV, jogos eletrônicos, dentre muitos outros. Em todas essas ocasiões o consumidor se encontraria na mesma posição se a aquisição acontecesse em um estabelecimento físico. Não existem elementos adicionais que possam influenciar na decisão de compra. Ele não pode provar, testar ou tocar a passagem aérea, por exemplo. O cliente não está em uma posição de desvantagem ao comprar tais bens no ambiente virtual em relação ao estabelecimento físico. Muito pelo contrário, eis que em todos esses casos, a web apresenta muito mais vantagens.

Ao comprar uma passagem aérea pela internet, por exemplo, o consumidor tem recursos à sua disposição que não existem no estabelecimento físico, como a opção de, ao mesmo tempo, acessar sites de diferentes companhias aéreas, diferentes agências de turismo, utilizar ferramentas de comparação de preços etc. Na grande maioria dos sites do ramo, há, inclusive, ferramentas que indicam os valores e a disponibilidade não só da data específica escolhida, mas também de datas próximas, dando uma flexibilidade de escolha considerando critérios econômicos, se este for o caso.

No exemplo acima não existe prejuízo algum ao consumidor em comprar pela internet. Assim, faz

sentido garantir-lhe o direito de arrependimento? Existe alguma disparidade a ser equilibrada pelo direito de arrependimento? Penso que não.

O mesmo se aplica ao caso de bens imateriais, como filmes, jogos, músicas etc. Ao final de sete dias após comprar uma música ou um filme, pode-se dizer que o consumidor já viu o filme e ouviu a música inúmeras vezes. Os jogos eletrônicos também já terão sido jogados por muitas vezes. Se aplicarmos o direito de arrependimento ao pé da letra, mesmo após utilizar o bem exaustivamente, o bem poderá ser devolvido e o dinheiro, ressarcido. Dessa forma, o consumidor pode comprar um filme, assistir e pedir seu dinheiro de volta e assim sucessivamente.

Desse modo, nos casos dos bens imateriais referidos, me parece que o direito de arrependimento não deve também ser aplicado ao pé da letra, eis que o consumidor não se encontra em uma posição vulnerável ao comprar pela internet. Uma alternativa para o caso dos bens imateriais é disponibilizar pequenas amostras dos bens, como a possibilidade de ouvir alguns segundos da música, assistir ao trailer do filme, jogar algumas etapas do jogo, para que o consumidor tenha ainda mais elementos para a compra virtual e cada vez mais se afaste a discussão acerca da vulnerabilidade.

Conforme descrito acima, é preciso que se estabeleçam, caso a caso, exceções para o direito de arrependimento. O Poder Judiciário já vem dando indicativos de que reconhece situações nas quais o direito de arrependimento deve ser flexibilizado, considerando como critério fundamental nessa análise a vulnerabilidade do consumidor na compra virtual. Caso comprovada, aplica-se o direito de arrependimento como forma de equilibrar a relação. Caso essa vulnerabilidade não exista (como nos casos que citamos aqui), o direito de arrependimento não deve ser aplicado.

Date Created

09/06/2013