



O CONTRATO COMO DESIGUALDADE: O ESTUDO DOS CONTRATOS NÃO PARITÁRIOS E APONTAMENTOS SOBRE O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Alessandro Hirata¹
Beatriz Hernandes²

RESUMO:

No século XX, eventos históricos demonstraram que alguns contratos deveriam ser entendidos em sua desigualdade, em virtude da ausência de paridade entre as partes contratantes. Tais contratos, ditos “não paritários”, passaram a exigir mecanismos de tutela, dentre os quais, destaca-se o direito de arrependimento previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, que prevê o desfazimento da compra no prazo de 07 dias. Todavia, em que pese a proteção pretendida, o dispositivo guarda incongruência e desatualização, por referir-se às compras realizadas à distância, e não incluir o debate sobre os negócios celebrados em ambiente virtual.

Palavras-Chaves: Contratos não paritários. Direito de Arrependimento. Código de Defesa do Consumidor. Artigo 49. Desatualização.

THE CONTRACT AS INEQUALITY: THE STUDY OF UNEQUAL CONTRACTS AND NOTES ON THE RIGHT OF RETRACTION IN THE CONSUMER PROTECTION CODE

ABSTRACT:

In the 20th century, historical events demonstrated that some contracts should be understood in their inequality, due to the absence of parity between the contracting parties. Such contracts, called “unequal contracts”, started to require protection mechanisms, among which, the right of retraction provided for in article 49 of the Consumer Protection Code, which provides for the undoing of the purchase within 7 days, stands out. However, despite the desired protection, the device is inconsistent and outdated, as it refers to purchases made at a distance, and does not include the debate on business concluded in a virtual environment.

Keywords: Unequal Contracts. Consumer Defense Code. Right of retraction. Article 49. Outdated.

*Professor Associado da FDRP-USP. Graduado em direito pela Universidade de São Paulo (2001), doutorado pela *Ludwig-Maximilians-Universität München* (2007) e livre-docente em direito romano pela Universidade de São Paulo (2008). Endereço Postal: Av. Constâbile Romano, 280. Ribeirão Preto/SP. Endereço eletrônico: alessandro.hirata@usp.br.

*Mestranda em Direito Romano e Sistemas Jurídicos Contemporâneos pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (FD-USP). Graduada em Direito pela Faculdade de Direito de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FDRP-USP). Prêmio de Reconhecimento da Graduação (2018). Menção honrosa no 24º SIICUSP. Endereço postal: Rua Joaquim Manoel Pires, 410, Jd. Pinheiros, São José do Rio Preto/SP. Endereço eletrônico: beatriz.hernandes@outlook.com





INTRODUÇÃO

Os contratos correspondem a matéria de grande relevância para o Direito Privado, e, desde o direito romano - período em que foi possível o estudo jurídico dos tipos contratuais - foram várias as classificações sugeridas para a melhor compreensão dos seus fins. E, dentre tais classificações, destaca-se a que se utiliza do grau de liberdade das partes, ou da possibilidade de as partes influírem na elaboração dos termos e condições do contrato, sendo que, diante de tal critério, os negócios jurídicos bilaterais podem ser classificados em paritários e não paritários.

A distinção entre os contratos paritários e não paritários é historicamente relevante, na medida em que o contrato sempre foi concebido como instrumento de igualdade, e, a partir do século XX, quando diferentes tipos contratuais se revelaram na realidade fática, tais quais os contratos de trabalho ou de consumo, cuja relação entre as partes contratantes prescindia de igualdade formal, a realidade jurídica teve de ser reinventada, e o contrato passou a ser concebido em sua desigualdade.

Assim, diante desta realidade, foram criados subsistemas jurídicos que passaram a considerar tal desigualdade entre as partes, principalmente evidenciada quanto à impossibilidade de influir na construção do texto contratual, mediante a fixação dos termos e condições do negócio. E, como resposta a esta constatação, os subsistemas inauguraram no ordenamento jurídico uma série de instrumentos, que objetivavam a tutela da parte juridicamente mais fraca, na tentativa de reequilibrar as relações jurídicas ditas não paritárias.

E, dentre tais instrumentos jurídicos, cita-se o direito de arrependimento previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, que permite o direito de arrependimento do consumidor que, tendo adquirido um produto fora do estabelecimento comercial, pode devolvê-lo no prazo de 7 (sete) dias, retornando ao *status quo ante*.

Desta forma, o *objetivo geral* do presente trabalho é o estudo dos contratos não paritários no ordenamento jurídico brasileiro, mediante a compreensão de suas características e requisitos, posto que considerados importantes instrumentos para o reequilíbrio da relação jurídica-contratual.

Já o *objetivo específico* deste trabalho é a análise do direito de arrependimento previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, visto ser dispositivo que carrega



em seu conteúdo a possibilidade de extinção do contrato e o retorno ao *status quo ante*, por manifestação de vontade do consumidor.

O estudo deste tema *se justifica* pelas incongruências e inadequações expressas no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, que, apesar de prever como hipótese de exercício do direito de arrependimento a efetiva aquisição do produto fora do estabelecimento comercial, cita que o instituto seria aplicado preferencialmente às compras por telefone, que se tratam, em realidade, de compras à distância, e não fora do estabelecimento comercial.

Na exegese do artigo 49 do Diploma Consumerista, nova controvérsia é originada, e se refere à possibilidade de aplicação do direito de arrependimento aos contratos eletrônicos. Pois, apesar de a doutrina majoritária compreender como estabelecimento comercial o local físico em que o fornecedor realiza as suas vendas habituais, de modo a afastar o ambiente virtual, possibilitando, portanto, o exercício do direito de retratação, o tema não é pacífico, e essas diferentes interpretações ameaçam a segurança jurídica, em decorrência da jurisprudência não homogênea³ sobre o tema.

No concernente aos *métodos de pesquisa* utilizados, citam-se as fontes primárias e secundárias de direito contratual - em geral - e direito do consumidor - em específico. Para o desenvolvimento deste trabalho, foram utilizados os métodos dedutivos e indutivos sob uma perspectiva dialética.

O método dedutivo utilizado foi decorrente da análise geral sobre (i) os contratos paritários no ordenamento jurídico, (ii) o direito de arrependimento no Código de Defesa do Consumidor e (iii) a interpretação doutrinária e jurisprudencial sobre as hipóteses de incidência do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, mediante a consulta de livros, artigos jurídicos, códigos de leis, dissertações de mestrado e teses de doutorado, em âmbito nacional e internacional.

Já o método indutivo empregado teve como objetivo o delineamento das conclusões finais da pesquisa. Isso porque, analisados os pressupostos dos contratos não paritários, em geral, e os requisitos para a aplicação do direito de arrependimento, em específico, foi

³ Apesar da jurisprudência majoritária alargar a aplicação do direito de arrependimento para tutelar o consumidor, há decisões que, em decorrência da colisão de princípios, decide pela não incidência do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor. É o que ocorre no julgamento da Apelação Cível nº 0004630-47.2016.8.07.0009. (Órgão Julgador: 1º Turma Recursal do Tribunal de Justiça do Distrito Federal - TJDF. DJ: 27/10/2016).



possível identificar as inadequações e desatualizações contidas no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor.

A perspectiva dialética empregada foi eficaz por proporcionar o confronto dos dados teóricos, obtidos por meio da análise crítica da pesquisa bibliográfica. E, como resultado, a conclusão foi a de que, apesar das diferentes posições doutrinárias, o ponto de convergência é o fato de que o direito de arrependimento é instrumento que objetiva mitigar as desigualdades das partes contratantes, reduzindo os consequentes prejuízos gerados ao consumidor, cuja vulnerabilidade é ainda mais intensa na hipótese das vendas agressivas e das efetivadas por meio das plataformas virtuais.

1. O CONTRATO COMO DESIGUALDADE E A PARIDADE DAS PARTES

O direito contratual foi influenciado pela codificação do século XIX, que era avessa ao reconhecimento explícito das desigualdades substanciais das partes contratantes, por razões históricas. Primeiramente, porque havia estrita associação entre o direito contratual e a justiça comutativa, delineada pelos estudiosos da Idade Média, principalmente pelos juristas dos séculos XVI e XVII e pelos teólogos à época. E, em segundo lugar, porque amplamente disseminada a ideologia da igualdade formal, cuja lógica foi incorporada pelas codificações do século XIX, especialmente pelo Código Civil Napoleônico de 1804, que serviu de inspiração e influência para os Códigos Civis posteriores (SILVA FILHO, 2017, p. 93).

Esta ideia de igualdade formal conduziu toda a construção do direito contratual, entretanto, as relações baseadas na oposição entre capital e trabalho não se enquadravam no modelo comutativo e igualitário estabelecido nas codificações. Por isso que, para tais contratos, seria necessária a alteração do direito existente (SILVA FILHO, 2017, p. 94), mediante a criação de um subsistema próprio.

E, foi em decorrência de tal inadequação às normas vigentes que no início do século XX surgiram os subsistemas jurídicos, cuja tese subjacente era a de que a vinculação do empregado ao empregador e a do consumidor ao fornecedor não se caracterizava pela igualdade das partes, sendo necessário, portanto, o reconhecimento da hipossuficiência de uma delas (FORGIONI, 2016, p. 67) e a concessão de tutela jurídica diferenciada, a fim de suprir tal desigualdade.





A ideia do contrato como desigualdade, entretanto, não é limitada à criação dos subsistemas jurídicos, mas também se refere à extensão das regras e normas contidas em tais leis esparsas às áreas em que originalmente não eram aplicadas, bem como para o desenvolvimento de novos conceitos e categorias, que, inclusive, consideram as desigualdades das partes como fundo de orientação normativa (SILVA FILHO, 2017, p. 95), conforme se pode observar das leis concorrenciais, de locação e consumerista.

2. OS CONTRATOS PARITÁRIOS E NÃO PARITÁRIOS NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO: CONCEITO E ELEMENTOS QUE CONFIGURAM OS TIPOS

Entendido o desenvolvimento histórico das bases de um sistema jurídico que abrange os contratos paritários e não paritários, importante reconhecer que o Código Civil de 2002 não tratou especificamente de tais distinções, e, assim como o seu antecessor, não definiu nem mesmo o próprio conceito de contrato, possibilitando a adoção de diferentes contornos (NALIN, 2006, pp. 251-252).

Diante disso, uma das possibilidades é a de se classificar os contratos a depender do grau de liberdade conferida às partes para a fixação das cláusulas contratuais. E é justamente no concernente à liberdade contratual que repousa a clássica distinção entre os contratos paritários e não paritários, cuja repercussão pode ser observada desde a escolha da norma incidente até o grau de intervenção judicial, tendo sido matéria, inclusive, da Lei nº 13.874/2019, que recentemente instituiu a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica e adotou a presunção de que os contratos civis e empresariais são paritários.

A liberdade contratual é entendida, em termos gerais, como a possibilidade de se fixar os termos e as condições do contrato (MESSINEO, 1986, pp. 17-18), e, apesar de ser princípio previsto no artigo 421⁴ do Código Civil, a sua intensidade pode variar, a depender do tipo contratual específico, o que ZANETTI (2010, p. 201) denominou de "*sintoma de fragmentação*", da qual decorreriam as ditas limitações da liberdade impostas ao tipo contratual.

⁴ Art. 421 do Código Civil brasileiro: "*A liberdade contratual será exercida nos limites da função social do contrato. Parágrafo único. Nas relações contratuais privadas, prevalecerão o princípio da intervenção mínima e a excepcionalidade da revisão contratual*".



Com isso, a limitação da autonomia privada se legitima porque a liberdade de uma das partes contratantes é fragmentada (ANDRADE NERY, 2008, p. 227). E, se a bilateralidade é um dos principais elementos que configuram o contrato, justamente por dizer-se “*negócio jurídico bilateral*” (SIMÃO FILHO, 2018, p. 509), a manifestação de vontade qualitativa e convergente das partes, apta a inaugurar o vínculo contratual (SALVATORI, 2014, p. 57) deixa de conter liberdade ilimitada.

Tal fragmentação da liberdade contratual decorre da inexistência fática de paridade dos contratantes, paridade esta que passa a ser entendida como a capacidade de influir na escolha dos termos e condições do contrato, ou seja, na delimitação plena de seu conteúdo.

De acordo com FERRI (1991, p. 729), na verificação da relação de forças entre os contratantes, o direito se interessa pelo grau de liberdade e autonomia dos sujeitos. E, por isso, as partes que em relação a determinado negócio estão em condições semelhantes de liberdade e autonomia para decidir “*se*” e “*como*” contratar, encontram-se na dita paridade jurídica, enquanto que as partes que experimentam entre si assimetrias relacionadas à respectiva autodeterminação configuram relações jurídicas não paritárias.

A mitigação da liberdade pode ser evidenciada, ademais, como decorrência do intenso dinamismo social e econômico, fato que demanda a existência prévia de instrumentos contratuais, pois, nestes casos, apenas uma das partes contratantes ditará os efeitos contratuais do negócio jurídico celebrado. Como consequência, assim, do encurtamento da fase de negociações, haverá economia processual e diminuição dos custos de transação (MARQUES, 1999, p. 49).

Reconhecidas tais variações da liberdade contratual das partes, a depender da intensidade permitida pelo tipo contratual, ZANETTI (2010, p. 230) propõe uma classificação dos contratos, mediante a elaboração de três grandes grupos, quais sejam: (i) contratos clássicos (ou paritários); (ii) contratos civis por adesão, e; (iii) contratos de consumo.

Entretanto, esta divisão é questionável, por guardar, segundo alguns autores (AZEVEDO, 2009, pp. 185-186), certa insuficiência. Assim para MORSELLO (2018, p. 531), a existência de uma categoria que agrupe, notadamente, os contratos de consumo, é resposta à complexa e dinâmica realidade contemporânea, que demonstrou a insuficiência das categorias contratuais que distinguem apenas os contratos de adesão dos contratos paritários.

Todavia, esta nova categoria não se resumiria apenas aos contratos de consumo, mas observaria a condição da pessoa natural que celebra o negócio jurídico, perpassando, portanto,



o elemento da hipossuficiência do contratante, de modo a originar a categoria dos chamados "*contratos existenciais*".

Para AZEVEDO (2009, pp. 186-186), o direito contratual deveria distinguir os contratos de lucro dos contratos existenciais. Afinal, estes últimos, apesar de configurarem uma espécie de contrato não paritário, superariam a comum distinção entre os contratos de consumo e os contratos empresariais, pois, nos contratos de consumo, para ser parte contratante, é necessário que se assuma a posição de consumidor, podendo ser pessoa física ou jurídica (MARQUES, 1998, p. 147), conforme exegese do artigo 2^o do Código de Defesa do Consumidor.

Em decorrência da extensa discussão no Brasil sobre o escopo da definição de consumidor⁶, especialmente no que se refere à aplicação do Código Civil às grandes companhias e aos bancos, o diploma consumerista começou a ser aplicado - por analogia e sem orientação sistemática - aos contratos em que uma das partes fosse beneficiária final dos produtos ou serviços. Quando não, a aplicação da lei consumerista passou a depender da análise do juiz no caso concreto, a fim de identificar a efetiva desigualdade econômica das partes (SILVA FILHO, 2017, p. 96).

Assim, sob a óptica de AZEVEDO (2009, pp. 185-186), a verdadeira dicotomia a ser considerada, seria a que confronta os contratos existenciais e os contratos de lucro. E, tal diferenciação se justificaria pelo fato de que os contratos empresariais, ainda que de consumo, teriam um regime de menor interferência judicial.

3. A DISTINÇÃO ENTRE OS CONTRATOS PARITÁRIOS E NÃO PARITÁRIOS: ELEMENTOS CONFORMADORES DAS CATEGORIAS

⁵ Art. 2^o do Código de Defesa do Consumidor: "*Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo*".

⁶ A doutrina costuma explicar o papel exercido pelo consumidor mediante a apresentação de três diferentes teorias: (i) Teoria Maximalista; (ii) Teoria Finalista e (iii) Teoria Finalista Mitigada. Para os adeptos da Teoria Maximalista, o consumidor será todo destinatário final fático, ou seja, aquele que efetivamente retira o bem da cadeia de consumo, independentemente se pessoa física ou jurídica. Já para a Teoria Finalista, a pessoa jurídica apenas seria considerada consumidora caso adquirisse bens *a latere* de sua atividade empresarial, devendo, portanto, ser efetivamente destinatária final, e não simplesmente intermediária. Por fim, a Teoria Finalista Mitigada, que atualmente é a mais aplicada pelo Superior Tribunal de Justiça, que considera consumidor toda parte contratante que, embora não seja a destinatária final do produto, esteja em situação de vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica (cf. REsp n^o 1.730.849. Órgão Julgador: 2^o Turma. Rel. Min. Herman Benjamin. DJ: 07.08.2018).



3.1. Os contratos paritários

Os contratos paritários também são denominados “*contratos clássicos*”, justamente porque sua configuração se apoia em um tipo ideal⁷: o vínculo contratual é originado em decorrência do consenso das partes, pois ambas, mediante máxima expressão da liberdade contratual e da paridade de forças, estabelecem o conteúdo do contrato. Assim, nos contratos paritários, a proposta e a aceitação se configuram em sua máxima operabilidade (SALVATORI, 2014, p. 58), até que, em decorrência de um consenso, há formação do vínculo contratual.

Para MORSELLO (2018, p. 515), os contratos paritários seriam assim denominados em decorrência de as partes estarem em condições de igualdade, efetuando, portanto, transigências recíprocas. Para LORENZETTI (1999, p. 41), a característica definidora dos contratos paritários não é a adesão ou o consumo final, mas a posição material das partes contratantes no momento da celebração do negócio. Assim, o emprego do termo “*contratos paritários*” indicaria os contratos em que as partes estão em igualdade de negociação, ou pelo menos estão inseridas em uma relação jurídica na qual não existe uma desigualdade juridicamente relevante.

Para ZANCHIM (2012, p. 115) a grande característica dos contratos paritários, e que distingue tais negócios jurídicos bilaterais daqueles ditos não paritários é o fato de os contratantes partilharem o mesmo papel social e compartilharem o efetivo estado de paridade, que poderá ser positiva, caso haja informação suficiente para os dois contratantes, ou negativa, caso inexistente na hipótese em concreto.

Observados tais delineamentos conceituais dos contratos paritários, a doutrina tradicional considera que o contrato civil e o contrato interempresarial (LOBO, 2012, pp. 28) estariam abarcados em tal categoria, justamente porque as partes partilhariam da mesma possibilidade de influenciar a fixação dos termos e condições contratuais. Todavia, esta classificação que, *prima facie*, parece estanque, embasa-se na premissa da igualdade (paridade) informacional das partes, hipótese esta que cada vez mais se afasta da realidade fática tal qual hoje se apresenta.

⁷ Na conformação deste tipo ideal de contrato é que repousa grande parte dos estudos atinentes à formação do vínculo contratual, cujas origens foram delineadas ainda em Roma. E é neste sentido que os tipos contratuais estabelecidos por Gaio (III, 93), não correspondem à tentativa de se mitigar as formas de contratar, mas de se unificar os elementos estruturantes do contrato, inaugurando a ideia do *consensus* como elemento essencial para a formação de qualquer contrato, e não apenas aos contratos pertencentes à categoria dos consensuais.



Isso porque, ainda nos contratos civis, um quadro de total compartilhamento de informações é situação ideal de difícil constatação na prática, e, nos contratos interempresariais, por mais que as partes não sejam hipossuficientes, há que se considerar a dependência econômica como elemento que revela a desigualdade das partes na relação jurídica contratual (FORGIONI, 2016, p. 67).

3.2 Contratos não paritários

Os contratos não paritários se caracterizam pela inexistência de presunção da equivalência dos poderes negociais, e, em decorrência disso, a parte contratual dita hipossuficiente, desfruta de proteção jurídica, mediante a intervenção judicial e legislativa. Os contratos não paritários apresentam uma forte base objetiva, e, neles, há limitação da vontade de cada uma das partes, revelando ou a impessoalidade das relações contratuais - quando relativas aos interesses transindividuais, tais quais, patrimônio histórico e cultural, turístico e meio ambiente -, ou a vulnerabilidade dos contratantes, nos contratos ditos de consumo (LOBO, 2012, p. 28.).

E, neste sentido, para GRINOVER et. al. (2000, p. 7), existem dois motivos para a vulnerabilidade - entendida como a causa fundante do subsistema consumerista: concentração econômica dos mercados e carência informacional. Para MARQUES (1998, p. 147), a vulnerabilidade atuaria, em três diferentes esferas de incidência, quais sejam: (i) técnica, (ii) jurídica; (iii) fática, e, para a autora, na vulnerabilidade técnica o comprador não possuiria os conhecimentos específicos sobre o objeto que está sendo adquirido, podendo, portanto, ser mais facilmente ludibriado ou manipulado sobre as características do bem e sobre a sua utilidade.

De acordo com LOBO (2012, p. 28.), nos contratos não paritários haveria o predomínio da tutela dos interesses sociais e a imposição de deveres e responsabilidades autonomamente contraídos, que não decorreriam, portanto, da manifestação de vontade das partes. De acordo com o autor, na categoria dos contratos não paritários estariam abarcados os seguintes contratos: (i) contratos com proteção de contratantes vulneráveis em específico; (ii) contratos massificados; (iii) contratos de adesão a condições gerais; (iv) contratos de consumo; (v) contratos eletrônicos. E, nos contratos não paritários estariam incluídos aqueles que AZEVEDO (2009, pp. 185-186.) denominou de “*contratos existenciais*”.



3.3 Crítica à divisão entre os contratos paritários e não paritários

Ainda que a definição clássica sobre os contratos paritários perpassa o compartilhamento, entre as partes, de possibilidades igualitárias para influir na fixação dos termos e condições do contrato, tal definição e até mesmo a efetiva existência destes contratos nos termos em que conceituados, é matéria questionável. Isso porque, ainda que se imagine um melhor cenário no qual se desenvolva o contrato paritário, a igualdade absoluta das partes para ditar os termos contratuais é matéria controvertida.

Parece mais adequado dizer que nos contratos paritários a fragmentação da liberdade não seria verificada em termos sensíveis, na medida em que dificilmente se encontrará, na realidade fática, uma repartição igualitária dos poderes de disposição contratual (SOUSA RIBEIRO, 2003, p. 37). Neste sentido, FORGIONI, (2016, p. 67)⁸, ao discorrer sobre os contratos interempresariais, entendidos, na maior parte das vezes, como contratos paritários, estabelece que a inexistência da hipossuficiência não faz com que a paridade seja característica sempre identificada nos contratos empresariais.

Isso porque, em certas relações empresariais, apesar de não haver hipossuficiência de uma parte em relação à outra, existe dependência econômica, concretizada na efetiva possibilidade de uma parte contratual impor as condições contratuais à contraparte, que poderá aceitá-las ou desistir da contratação (FORGIONI, 2016, p. 67).

Todavia, embora extremamente rara a simetria absoluta entre as partes contratantes nos contratos denominados paritários, tais contratos podem ser compreendidos sob a dinâmica das fases de negociação e execução, que se desenvolvem, neste caso, sem que haja preponderância de interesse de uma das partes contratantes (FORGIONI, 2016, p. 67). De toda forma, a constatação da assimetria entre os contratantes quanto ao poder de ditar o conteúdo contratual é observado na prática, mas a distinção em termos objetivos poderia ser verificada na própria estrutura e causa das relações jurídicas celebradas (ZANCHIM, 2012, p. 115).

Isso porque, nos contratos não paritários, os papéis sociais exercidos pelas partes seriam distintos, enquanto que nos contratos paritários, tais papéis sociais seriam

⁸ Excetuados os contratos em que a dependência econômica das partes é muito acentuada, como por exemplo, nos contratos de franquia.



equivalentes. E quanto à função, os contratos paritários não teriam causa geral própria como têm os paritários, notadamente os de consumo, cuja causa seria mesmo a circulação de bem ou serviço para o destinatário final (ZANCHIM, 2012, p. 115).

3.4 Os contratos paritários e não paritários e a Lei nº 13.874/2019

A Lei nº 13.874/2019, que instituiu a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, alterou o artigo 421 do Código Civil, estabelecendo que os contratos civis e empresariais serão presumidos paritários, até que elementos concretos justifiquem o afastamento de tal presunção.

E, da exegese de tal artigo, observa-se que a presunção como paritários, dos contratos civis e empresariais, pretende afastar a intervenção judicial, bem como diminuir a tutela conferida pela legislação, na tentativa de preservar a liberdade contratual e autonomia das partes, consideradas em iguais possibilidades de concorrer para a alteração dos termos e condições contratuais.

Este posicionamento, inclusive, já era adotado pela doutrina, conforme se observa do Enunciado 21 da I Jornada de Direito Comercial: “*nos contratos empresariais o dirigismo contratual deve ser mitigado, tendo em vista a simetria natural das relações interempresariais*”.

O dirigismo contratual não é sempre visto com bons olhos pelas partes contratuais, justamente porque receosas de que a aplicação da lei ou a intervenção judicial beneficie uma das partes em detrimento da outra. E, neste sentido que uma compreensão mais aprofundada sobre a classificação clássica dos contratos (paritários e não paritários), ou ainda, em existenciais e de lucro possibilitaria a redução das inseguranças jurídicas. Afinal, apenas para as hipóteses em que observado o efetivo desequilíbrio das partes é que justificável a ampliação da órbita protetiva.

4 DIREITO DE ARREPENDIMENTO

4.1 Previsão normativa, conceito e função

Entendido o contrato de consumo como contrato não paritário, e, portanto, estabelecido entre partes desiguais, sendo inexistente a paridade de forças entre os



contratantes e a possibilidade igualitária de ditar os termos e condições contratuais, o objetivo do direito de arrependimento, por ser norma consumerista, é restabelecer o equilíbrio da relação entre consumidor e fornecedor (GRINOVER, 2011). Dessa forma, a fim de cumprir a função pela qual foi criado, o direito de arrependimento é aplicado às situações em que o legislador entende haver exposição do consumidor à nítida situação de vulnerabilidade (ROCHA, 2018, p. 21).

Assim, a razão da criação do mencionado instituto jurídico não seria outra senão a efetiva defesa do consumidor (GOMIDE, 2010, p. 79), mediante a concessão da possibilidade de se desvincular dos produtos e serviços adquiridos de maneira irrefletida, no cerne de uma situação de máxima vulnerabilidade contratual. O direito de arrependimento, portanto, legitima a parte mais frágil, permitindo a extinção dos contratos de consumo de forma unilateral (ARRUDA ALVIM, 1991, p. 110).

Mediante exegese do artigo 49⁹ do Código de Defesa do Consumidor, podem ser observados os requisitos para que o direito de arrependimento seja exercido pelo consumidor: (i) qualidade de consumidor; (ii) contrato celebrado fora do estabelecimento comercial. E, exercido o direito de arrependimento, os valores que eventualmente tiverem sido pagos pelo consumidor durante o denominado prazo de reflexão deverão ser devolvidos, justamente porque o que se objetiva com o exercício de tal direito potestativo é o retorno das partes ao *status quo ante*, não sendo devido o pagamento de quaisquer valores a título de indenização, sendo a cláusula que possivelmente a institua, considerada nula de pleno direito (GOMIDE, 2010, p. 78).

4.2 As possibilidades interpretativas do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor: inadequações e desafios interpretativos

Da análise do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, observa-se que dois são os requisitos para o exercício do direito de arrependimento, conforme já mencionado: (i) qualidade de consumidor; e (ii) contratação celebrada fora do estabelecimento comercial.

⁹ Art. 49 do Código de Defesa do Consumidor: “O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio”.



Entretanto, delimitadas estas hipótese de incidência do direito de arrependimento, expressas na primeira parte do *caput* do artigo 49 do Diploma Consumerista, o legislador, na tentativa de exemplificar o conceito de “*fora do estabelecimento comercial*” enuncia: “*especialmente por telefone ou domicílio*”(GARBI, 2017), incorrendo, entretanto, em inadequação técnica (ROCHA, 2018, p. 62).

E, tal inadequação decorre do fato de que a celebração de contrato por telefone é modo de contratação à distância, que se difere da contratação fora do estabelecimento comercial. Disso surge o questionamento, bem sintetizado por ROCHA (2018, pp. 62-64), concernente à aplicação do direito de arrependimento aos contratos celebrados à distância.

Diante disso, tendo em vista que o Código de Defesa do Consumidor não teria conceituado o contrato fora do estabelecimento comercial, entende-se que a princípio seriam duas as possibilidades de se interpretar o mencionado artigo 49 do Diploma Consumerista: (i) o direito de arrependimento seria exercido tanto na contratação fora do estabelecimento comercial quanto na contratação à distância; (ii) o direito de arrependimento poderia ser exercido apenas nos casos de contratação fora do estabelecimento comercial, justamente porque pela expressão adotada pelo artigo, o intuito seria exemplificar a hipótese descrita no *caput*, ainda que mediante inadequação técnica (ROCHA, 2018, pp. 62-63).

Todavia, a jurisprudência indica uma terceira possibilidade interpretativa do mencionado artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, ao entender que o uso da expressão “*especialmente por telefone*” deveria ser interpretada junto à hipótese de contratação fora do estabelecimento comercial. Assim, na prática, os tribunais têm considerado que os negócios jurídicos de compra e venda celebrados à distância, também o seriam “*fora do estabelecimento comercial*” de modo a justificar a aplicação do direito de arrependimento, conforme se pode observar da jurisprudência dos Tribunais nacionais.

BEM MÓVEL. CDC. RESCISÃO CONTRATUAL. VENDA À DISTÂNCIA. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. ADMISSIBILIDADE. Demonstrado que a venda não se formalizou no estabelecimento da ré, tendo se efetivado na modalidade à distância o consumidor possui o direito ao arrependimento previsto no art. 49 do CDC. (...) Infere-se também dos autos que a compra em exame não se deu de forma presencial, ou seja, o autor não formalizou a negociação nas dependências do estabelecimento do réu. Ao contrário, porquanto todo o documentado nos autos indica que as tratativas foram feitas à distância, principalmente através de correspondência eletrônica. Irrelevante se houve contato pessoal



entre o autor e o representante ou preposto do réu. E, para casos que tais, de compra a distância (isto é, fora das dependências do estabelecimento do fornecedor) preconiza o Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal 8.078/90), em seu artigo 49, que o consumidor poderá desistir do contrato no prazo de 07 dias. Releva aqui que a contratação se deu à distância, pois nada consta dos autos indicando se tratar de compra feita nas dependências e do estabelecimento do réu, ao contrário. Em suma, até por força da quantidade de correspondência.

(Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo (TJSP). Órgão julgador: 25 Câmara Extraordinária de Direito Privado. Rel. Des. Felipe Ferreira. DJ: 27/04/2017)

O prazo do artigo 49 do CDC somente tem aplicação em caso de compras realizadas à distância, ou seja, fora do estabelecimento comercial, como ocorre em sites da internet, televendas ou catálogos, o que não é a hipótese sub judice. (...)

(Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (TJRJ). Órgão julgador: 6 Vara Cível. Rel. Desa. Marianna Fux. DJ: 31/01/2018).

E, neste sentido, além da controvérsia atinente à aplicação do direito de arrendimento aos contratos à distância ou aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, o direito de arrendimento também abriga outro questionamento, que se refere justamente à extensão do conteúdo da expressão “*estabelecimento comercial*”, a fim de verificar se aplicável aos contratos eletrônicos.

4.3 O conceito de estabelecimento comercial e a questão dos contratos eletrônicos

Uma das características da contemporaneidade é a expansão do acesso à internet, aumentando a rede de usuários e transformando o próprio meio eletrônico em plataforma para a celebração de negócios jurídicos de compra e venda. Concomitante ao significativo aumento das contratações realizadas pela internet, intensificaram-se os debates relativos à consideração do meio virtual como estabelecimento comercial, questão que, quando solucionada, orienta a possibilidade de aplicação do direito de arrendimento ao consumidor que adquire produtos e serviços mediante contratos eletrônicos.

O Código de Defesa do Consumidor não conceitua o estabelecimento comercial, competindo, tal conceituação, ao próprio Código Civil, que o faz no artigo 1.142, ao considerar estabelecimento “*todo o complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária*”.



Assim, diante dessa concepção jurídica, os bens que compõem o estabelecimento comercial seriam tanto aqueles de natureza material quanto os de natureza imaterial, estando abarcada, nesta hipótese, o *website* do fornecedor. E, por este motivo, a compra de bens e a contratação de serviços pela internet deveriam ser considerados como efetivamente realizadas dentro do estabelecimento comercial (ULHÔA COELHO, 2006, pp. 32-37), que passaria a ser denominado de “*estabelecimento comercial virtual*”, afastando, portanto, a incidência do direito de arrependimento (COSTA BRANDÃO, 2013, pp. 16-17).

A compreensão, entretanto, das plataformas de venda *online* como parte integrante do estabelecimento comercial é posicionamento minoritário, pois, a doutrina majoritária defende que o estabelecimento comercial é entendido em sua conotação física, motivo pelo qual o direito de arrependimento seria aplicável também aos contratos eletrônicos, posto que celebrados em locais distintos daqueles em que os produtos são habitualmente vendidos, quais sejam, as lojas fisicamente instaladas.

Todavia, esta controversa foi parcialmente mitigada com a promulgação do Decreto nº 7.692/2013 que tratou do direito de arrependimento aplicado aos contratos eletrônicos, ao dispor:

*Art. 5. O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício de arrependimento pelo consumidor.
§ 1 O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.*

O Decreto nº 7.692/2013, apesar de não ser considerado lei em sentido formal, ao prever que o direito de arrependimento poderá ser exercido pelo consumidor mediante o uso “*da mesma ferramenta utilizada para a contratação*” considerou a incidência da retratação nos contratos eletrônicos, como forma de atualizar o dispositivo consumerista, orientando uma aplicação mais atenta às exigências da contemporaneidade.

E a menção ao direito de arrependimento exercido mediante a “*mesma ferramenta utilizada para a contratação*” se insere na lógica de que o Código de Defesa de Consumidor, datado de 1990, não compartilhava as tecnologias vigentes nos dias de hoje. E, por mais que a plataforma virtual já fosse uma realidade à época, as suas possibilidades não eram tão amplas e a sua utilização era em menor escala, de modo que o direito de arrependimento aplicado aos contratos eletrônicos, não foi temática abordada.



Todavia, a proliferação do domínio da tecnologia e da internet (GARBI, 2017) trouxe para o mercado novas formas de aperfeiçoamento do contrato, mas, apesar de tal proeminência, em matéria de contratos eletrônicos, inexistente qualquer regra no ordenamento jurídico brasileiro que especifique o direito de arrependimento, bem como o próprio tempo de sua formação.

Por este motivo, na ausência de lei específica, sugere-se a aplicação da regra geral estabelecida no artigo 434 do Código Civil Brasileiro¹⁰ para a formação dos contratos, segundo a qual o contrato entre ausentes se forma, em regra, no momento em que a aceitação é expedida (SCHREIBER, 2014, p. 96). E, apesar de ausente normativa específica, a questão atinente ao momento da formação do vínculo contratual é importante para a configuração do direito de arrependimento, afinal, para se arrepender do negócio jurídico celebrado, é necessário que se compreenda o momento exato da efetiva contratação (SCHREIBER, 2014, p. 96).

Todavia, no ambiente eletrônico, não há como se verificar a data da aceitação da parte, porque na maioria das vezes, tal manifestação ocorre mediante um simples “*clique*” (GARBI, 2017), sem deixar prova ou indícios de que a operação foi de fato aperfeiçoada (SCHREIBER, 2014, pp. 96-97). E, para evitar a insegurança quanto a realização ou não do negócio jurídico, e também para se impedir que o consumidor dependa da conveniência do fornecedor em cumprir ou não a ordem expedida, fato que acentuaria a desigualdade das partes contratantes quanto à possibilidade de expressão dos termos e condições contratuais, alguns autores têm defendido o afastamento da teoria da expedição mitigada em matéria dos contratos eletrônicos.

É neste sentido, inclusive, que está o Enunciado nº 173 da Jornada de Direito Civil, organizada pelo Conselho da Justiça Federal, que enuncia: “*a formação dos contratos realizados entre pessoas ausentes, por meio eletrônico, completou-se com a recepção da aceitação pelo proponente*”. Todavia, para SCHREIBER (2014, p. 97), opinião com a qual se concorda, tal enunciado deveria ser reformado, por contrariar o quanto previsto no artigo 434 do Código Civil, estabelecendo um conteúdo que é antagônico ao próprio texto legal.

E, além disso, a adoção da teoria da recepção não resolve o problema da formação dos contratos eletrônicos, tendo em vista que o consumidor continua sem saber se a sua ordem

¹⁰ Art. 434 do Código Civil: “Os contratos entre ausentes tornam-se perfeitos desde que a aceitação é expedida, exceto: I - no caso do artigo antecedente; II - se o proponente se houver comprometido a esperar a resposta; III - se ela chegar no prazo convencionado”.



de pedido foi de fato recebida, mantendo-se, portanto, ao arbítrio do fornecedor (SCHREIBER, 2014, p. 97). E, neste sentido, importante medida foi adotada pelo Decreto n° 7.962/2013, ao dispor, em seu artigo 4, inciso I¹¹, sobre o dever de confirmação do fornecedor¹², que, apesar de não afetar o momento da formação do contrato, inaugura um dever para o fornecedor que, no caso de não confirmar a venda, incorrerá em infração¹³.

4.3.1 Motivos para a extensão do direito de arrependimento aos contratos eletrônicos

Os defensores da ideia de que o direito de arrependimento não seria aplicado aos contratos eletrônicos, entendem que tais contratos não ocorrem fora do estabelecimento comercial do fornecedor e que, na internet, o consumidor teria à disposição um maior conjunto de informações sobre o bem ou serviço quando comparado à aquisição direta na loja física. Isso porque, na internet, o consumidor teria a oportunidade de pesquisar mais informações sobre o produto, acessar os relatos de outros consumidores, incluindo eventuais reclamações daqueles que não aprovaram os produtos adquiridos (ROCHA, 2018, p. 70).

Todavia, apesar da corrente minoritária discordar da extensão do direito de arrependimento aos contratos eletrônicos, como pretende o Decreto n° 7.692/2013, há de se reconhecer que o instituto do arrependimento é inspirado na falta de reflexão do consumidor na aquisição de um bem, prática esta, entretanto, que se torna mais intensa no ambiente eletrônico, em se considerando principalmente as técnicas de impulsão, mediante o uso de algoritmos (SCHREIBER, 2014, p. 109).

O consumidor, nessa nova realidade virtual, depara-se com um elevado número de propagandas e ofertas de produtos, inclusive mediante aplicativos de compra que possibilitam a aquisição com um simples toque na tela do computador ou do celular. O prazo de reflexão, portanto, seria justificável pelo ambiente em que o consumidor está inserido, que intensifica a sua vulnerabilidade, principalmente em decorrência de técnicas de pressão e de *marketing* agressivo exercido pelo fornecedor no meio virtual (GARBI, 2017).

¹¹ Art. 4, I, do Decreto n° 7.962/2013. "Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá: III.- conferir imediatamente o recebimento da aceitação de oferta(...)".

¹² Tal exigência adotada pelo Decreto-Lei n° 7.962/2013 pode ser considerada influência europeia, posto que a Diretiva Europeia n° 2000/31/CE, em seu artigo 11, já estabelecia o dever de confirmação do fornecedor nas práticas de comércio eletrônico.



Pois, apesar de o consumidor ter acesso aos relatos daqueles que já adquiriram os produtos, no comércio eletrônico o consumidor está impossibilitado de ver o produto ou de se conscientizar das suas reais características no momento de celebração do contrato, além do fato de que a avaliação da conveniência da aquisição do produto pelo consumidor é prejudicada. Desta forma, é possível que, quando o consumidor recebe o produto em mãos se arrependa do contrato celebrado, tendo, com isso, frustradas as suas expectativas (GOMIDE, 2010, p. 85).

Inicialmente, quando o instituto do arrependimento foi inserido no Código de Defesa do Consumidor, ainda na década de 1990, não se vislumbrava o alcance dos contratos eletrônicos, por isso que o negócio jurídico por excelência, no qual indicaria o direito de arrependimento, era o caso das vendas “*porta a porta*”, também conhecida como “*venda a domicílio*”. Nestes casos, considerava-se que o consumidor sofria influência psicológica dos vendedores que, treinados para o convencimento do consumidor, conformavam a verdadeira estratégia da “venda emocional”. Isso porque, a presença física do vendedor ou de seus prepostos no domicílio do consumidor exerce grande influência para que o mesmo adquirisse o produto (BENJAMIN, 2004, p. 601.).

A “*venda em domicílio*” ou “*venda porta a porta*” é técnica comercial de vendas fora do estabelecimento comercial, difundida nas sociedades de consumo principalmente a partir da década de 1970, em decorrência da facilidade que importam ao fornecedor: ausência de vínculo empregatício com os vendedores, aumento nas vendas e menores chances de devolução ou reclamação dos produtos (AMARAL JÚNIOR, 1993, p. 203). Entretanto, essa prática comercial coloca o consumidor em situação de evidente vulnerabilidade, pois o consumidor tem pouco tempo para decidir, impossibilidade de comprar os produtos com outros concorrentes e dependência das informações prestadas pelo fornecedor (BENJAMIN, 2004, p. 601).

Além da venda a domicílio, um outro tipo de venda que ocorre mediante adoção de técnica agressiva é a emocional, oportunidade em que o fornecedor através de diferentes artifícios, reduz a possibilidade de percepção do consumidor, inserindo-o em uma lógica de venda em ambiente especialmente organizado para se incentivar o comércio. É o caso das vendas de multipropriedade que ficaram muito famosas e foram interpretadas pela jurisprudência brasileira como hipótese de incidência do direito de arrependimento (MARQUES, 2012, p. 922).



Todas estas técnicas de venda referem-se à categoria da *venda agressiva*, que se caracteriza pelo fato de o fornecedor, através de técnicas de contratação fora do estabelecimento ou à distância, oferecer produtos ao consumidor, que, sob impulso, de maneira irrefletida e imprudente, responde a expectativa do fornecedor, adquirindo tudo que lhe é apresentado (GARBI, 2017).

Apesar da redução das vendas à domicílio, a tese que parece ter sido adotada pela jurisprudência nacional é a de que, o meio virtual, em decorrência da agressividade com que se apresentam aos consumidores, mediante algoritmos e armazenamento dos dados para sugestão de consumo, ainda que não voluntariamente procurada pelo consumidor, consistiria nas novas hipóteses de venda agressiva, pois mantida a exposição do consumidor a situação de extrema vulnerabilidade, pois incitado ao consumo desmedido, obstando a reflexão sobre a aquisição do produto ou serviço.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a doutrina minoritária (ROCHA, 2018, p. 64), a construção elaborada pela doutrina brasileira, que aplica o direito de arrependimento às hipóteses em que celebrado contratos a distância e fora do estabelecimento comercial, é impossível de se realizar na prática. Isso porque, a presença física e simultânea dos contratantes, na contratação que ocorre fora do estabelecimento comercial, exige que pelo menos as tratativas negociais se estabeleçam em local diverso daquele em que o fornecedor habitualmente exerce as suas atividades. E, a maior vulnerabilidade do consumidor residiria no fato de que é surpreendido por situação negocial indesejada, cuja consequência é justamente a contratação irrefletida.

Com isso, para a doutrina minoritária, não faria sentido discutir se o direito de arrependimento se aplicaria aos contratos eletrônicos, justamente porque tais contratos seriam celebrados dentro do estabelecimento comercial, afastando a incidência da retratação. Assim, para ROCHA (2018, pp. 65-67), as situações que levam à celebração de um contrato a distância e de um contrato fora do estabelecimento comercial são excludente entres si: no primeiro caso, o ponto central é a distância física entre as partes contratantes, enquanto que na outra, a relevância reside no exercício da atividade do fornecedor em local diverso daquele em que habitualmente desempenha as suas atividades.



Todavia, a compreensão da doutrina majoritária e da jurisprudência nacional é a de que o fornecedor, ao utilizar-se de táticas agressivas de venda, tornaria o consumidor mais frágil e influenciável à contratação indesejada. E, justamente por se estar diante de um contrato não paritário - ou existencial - os instrumentos que reequilibram as partes, concedendo uma certa paridade de armas, ainda que artificial, porque decorrente de imposição legal, devem incidir na prática.

O que se sugere, portanto, é a concepção de que o direito de arrependimento é instrumento protetivo ao consumidor e que deve ser empregado nas situações em que houver vulnerabilidade extremada, a ponto de fazer com que o consumidor, estimulado a adquirir produtos, o faça de maneira irrefletida, prática esta ainda mais comum na celebração dos contratos eletrônicos.

Logo, se a causa-função do instituto jurídico do arrependimento é a tutela do consumidor, mediante a possibilidade de retratar-se de consumo irrefletido, incentivado pelos algoritmos e propagandas virtuais, que são capazes de mapear os interesses e instigar as vontades dos consumidores, uma leitura ampliada do artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor permitiria uma maior tutela dos consumidores, e uma maior adequação do dispositivo de lei à realidade que se apresenta, cuja tecnologia em muito superou aquela vigente na década de 1990, quando promulgado o Diploma Consumerista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL JÚNIOR, Adalberto do. **Proteção do consumidor no contrato de compra e venda**. Biblioteca do direito do consumidor. v. 2. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

ANTUNES VARELA, João de Matos. **Das Obrigações em Geral**. v. I. 10 ed. Coimbra: Almedina, 2003.

ARRUDA ALVIM, José Manoel, et al. **Código do consumidor comendo e legislação correlata**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991.

AZEVEDO, Antônio Junqueira de. **Novos estudos e pareceres de direito privado**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual do direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.





COELHO, Fábio Ulhôa. Direito do Consumidor no comércio eletrônico. **In: Revista do Advogado**. São Paulo, v. 89, pp. 32-37, 2006.

COSTA BRANDÃO, Caio Rogerio. O Direito de Arrependimentos nos Contratos Eletrônicos. **In: Iuris Plenum**, ano III, nº 13, pp. 7-18, 2007.

FERRI, Giovanni. Il negozio giuridico e la disciplina del mercato. **In: Rivista del Diritto Commerciale**, n. 11-12, pp. 707-730, 1991.

FERREIRA DE ALMEIDA, Carlos. **Direito de Consumo**. Lisboa: Almedina, 2005.

FORGIONI, Paula A. **Contratos Empresariais - Teoria Geral e Aplicação**. 2 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

GARBI, Carlos Alberto; e GARBI, William Néri. *Venda Agressiva*. **In: 25 Anos do Código de Defesa do Consumidor**, coord. de Angélica Arruda Alvim, Eduardo Arruda Alvim e Marcelo Chiavassa de Mello Paula Lima. São Paulo: GZ, 2017.

GOMIDE, Alexandre. **Direito de arrependimento nos contratos**. (Dissertação). Mestrado em Direito. Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, Portugal, 2010.

GRINOVER, Ada Pellegrini., et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor - Comentado pelos autores do anteprojeto**. 6 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

LOBO, Paulo Luiz Neto. **Direito Civil - Contratos**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LORENZETTI, Ricardo Luiz. **Tratado de los contratos**. t. 1. Rubinzal: Culzon Editores, 1999.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

_____, Cláudia Lima. **Contratos no Código de defesa do consumidor**. O novo regime das relações contratuais. 7 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

MESSINEO, Francesco. **Doctrina general del contrato**. t. 1. Buenos Aires: Ejea, 1986.

MORSELLO, Marco Fábio. Análise Categorical dos contratos existenciais e de lucro. **In: Estudos em Homenagem a Clóvis Beviláqua por ocasião do centenário do Direito Civil codificado no Brasil**. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2018.

NALIN, Paulo. **Do Contrato**: Conceito pós-moderno em busca de sua formulação na perspectiva civil-constitucional. 2 ed. Curitiba: Juruá, 2006.

NERY, Rosa Maria de Andrade. **Introdução ao pensamento jurídico e à teoria geral do direito privado**. São Paulo: Editora dos Tribunais, 2008.



PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. **Tratado de Direito Privado**. t. XXXVIII. 3 ed. Rio de Janeiro: Borsoi, 1972.

ROCHA, Lara Portugal. **Desafios atuais do direito de arrependimento do consumidor**. Tese (Doutorado em Direito). Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

SALVATORI, Carlos Eduardo D'Elia. **Incidência dos princípios da boa-fé e da função social conforme os planos do negócio jurídico**. Dissertação. (Mestrado em Direito). Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

SCHREIBER, Anderson. Contratos eletrônicos e consumo. **In: Revista Brasileira de Direito Civil**. v. 1, pp. 88-110, 2014.

SIMÃO FILHO, Adalberto. Sistema de formação e classificação de contratos em ambiente de sociedade de informação. **In: Estudos em Homenagem a Clóvis Beviláqua por ocasião do centenário do Direito Civil codificado no Brasil**. v. 2. São Paulo: Escola Paulista da Magistratura, 2018.

SILVA FILHO, Osny. Contract as inequality. **In: Revista de Direito Civil Contemporâneo**. v. 12, n. 4, 2017, pp. 89-107.

SOUSA RIBEIRO, Joaquim de. **O Problema do Contrato – As Cláusulas Contratuais Gerais e o Princípio da Liberdade Contratual**. Coimbra: Almedina, 2003.

ZANCHIM, Kleber Luiz. **Contratos Empresariais**. Categoria - Interface com contratos de consumo e paritários - Revisão Judicial. São Paulo: Quartier Latin, 2012.

ZANETTI, Cristiano. **Direito Contratual Contemporâneo - A liberdade Contratual e a sua fragmentação**. São Paulo: Método, 2010.