

Aceitação

A oferta é manifestação de vontade unilateral uma vez que uma parte **apresenta uma proposta** e, à contraparte, cabe apenas decidir se aceita, ou não, o que lhe foi apresentado. Ademais, é considerado um **negócio jurídico unilateral receptício**, visto que sua existência pressupõe outro negócio jurídico denominado **aceitação**, a qual consiste na concordância da oferta supramencionada.

O **Código Civil** compreende que a **proposta** vincula o proponente. Destaca-se o **princípio da obrigatoriedade e vinculação**, que determina tal vinculação da oferta. Contudo, é necessário que esta seja individualizada, clara, séria e concreta. Nesse sentido, a proposta somente terá validade se o objeto a ser vendido, bem como seu preço, forem precisos e dirigidos a destinatários determinados.

Logo, preenchidos os requisitos acima, **a proposta obriga o proponente**, impedindo que haja alteração na oferta apresentada, **salvo exceções apresentadas** nos artigos **427 e 428 do Código Civil**.

Com efeito, o artigo **427 do Código Civil, em síntese**, determina que **a proposta não obrigará o proponente quando** estabelecer de antemão a possibilidade de retratação ou arrependimento. Todavia, não há a mesma possibilidade no Código de Defesa do Consumidor. Não obrigará, também, o público em geral quando limitadas ao estoque existente. Ainda, o juiz possui a liberdade de aferir a respeito disso contanto que respeitado o princípio da razoabilidade e em se levando em consideração o caso concreto.

O **artigo 428 do Código Civil, em suma**, apresenta ainda que a proposta deixará de ser obrigatória quando for ofertada, sem prazo e pessoalmente a uma pessoa, e não ocorrer sua aceitação imediatamente. Também deixará seu caráter vinculante quando a proposta sem prazo for enviada a pessoa ausente e decorrer tempo considerável sem uma resposta, ou quando enviada a pessoa ausente, dessa vez com previsão de prazo, e não houver aceitação no prazo estabelecido.

O **Código de Defesa do Consumidor** entende que toda técnica utilizada para atrair o consumidor aos produtos e serviços será nominada oferta e vinculará o fornecedor, conforme prevê o artigo **30 do CDC**:

“Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a

Em síntese, a oferta engloba informações, promoções e propagandas transmitidas por meios de comunicação ou outros meios, de maneira que alcance o consumidor.

Como mencionado, da oferta é cabível a aceitação. A **aceitação**, também denominada **oblação**, é a aquiescência a uma proposta realizada. Isto é, uma simples manifestação de vontade. Deverá, porém, ser externada sem vícios de consentimento, sob pena de anulação. Ademais, deve se realizada por agente capaz.

A aceitação compreende dois requisitos: O primeiro abrange a integralidade da proposta, ou seja, o aceitante deve concordar com todos os requisitos apresentados, sem realizar quaisquer alterações, haja vista que alterações definem a contraproposta. Outro requisito é o da oportunidade, qual seja, a aceitação deve ser efetivada no prazo estipulado (enquanto ainda houver oportunidade).

A aceitação pode ser **expressa ou tácita**. É expressa quando realizada de forma oral, por escrito ou gesto possibilitando o entendimento. A tácita possui previsão nos dispositivos 111 e 432 do Código Civil, que ocorre quando não há recusa do aceitante no prazo estipulado, e as circunstâncias, usos e costumes assim autorizarem.