

## A NOVA EXEGESE DOS CONTRATOS DE ADESÃO APÓS O ADVENTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

Luiz Miguel Schneider<sup>1</sup>

**RESUMO:** O presente artigo denota, primeiramente, a origem e a evolução das relações contratuais numa sociedade de consumo. Após, elenca as principais características dos contratos de adesão e a nova hermenêutica dada a esses, em consonância ao princípio da boa – fé objetiva e o Código de Defesa do Consumidor.

**Palavras-chave:** contratos de adesão, Código de Defesa do Consumidor, boa – fé objetiva.

### THE NEW EXEGESIS OF ADHESION CONTRACTS AFTER THE ADVENT OF CONSUMER'S DEFENSE CODE

**ABSTRACT:** The present article indicates first the origin and evolution of contractual relations in a society of consumerism. After, it gives the main characteristics of adhesion contracts and the new hermeneutics given to these, according to the principles of objective good-faith and the Consumer's Defense Code.

**KEY-WORDS:** adhesion contracts, Consumer's Defense Code, objective good-faith.

## 1. INTRODUÇÃO

Os contratos são reais frutos da situação econômica que domina na época de seu surgimento, sendo assim, em uma sociedade não industrializada onde são perfeitamente identificados os sujeitos da relação negocial, prepondera a autonomia de vontade, o embate de idéias para a formulação do contrato.

Já numa sociedade industrializada, como a hodierna, que preza pela dinâmica negocial a vontade de um dos contratantes irá predominar em detrimento da do outro. Visto que, não há como as partes estipularem uma a uma as cláusulas que irão pautar essa relação, surgindo assim, os contratos em massa, como os contratos de adesão.

Nesse tipo contratual como domina a vontade de um dos contratantes, esse usa dessa prerrogativa, em inúmeras vezes, para atender seus preceitos. Estipulando no contrato cláusulas abusivas, desproporcionais que oneram demasiadamente a parte hipossuficiente da relação. Tentando dirimir esses efeitos o legislador pátrio institui a lei 8078/90, o Código de Defesa do Consumidor.

---

<sup>1</sup> Acadêmico do 5º semestre do Curso de Direito da UFSM

Destarte, tentando demonstrar a nova interpretação dada aos contratos de adesão após o advento dessa lei, será feita uma análise evolutiva do mesmo, assim como, uma breve explanação de suas características basilares. A seguir será dada ênfase ao advento do Código de Defesa do Consumidor, e toda questão principiológica que o circunda.

## **2. CONTRATOS DE ADESÃO**

### **2.1 Origens dos contratos de adesão**

Aprioristicamente, a concepção contratual era estabelecida pela convergência de vontades entre duas ou mais partes. Essas que, em uma suposta igualdade social e econômica formulavam as cláusulas que iriam pautar a relação contratual. Então, o contrato surgia desse mútuo embate de idéias e propostas, cujo resultado seria colocado no respectivo instrumento contratual.

A expressiva incidência do elemento volitivo, nessa compreensão contratual, é um real reflexo da estrutura econômica vigente na época. Nos primórdios do processo de industrialização, havia um mercado sem qualquer dinamismo negocial, onde os sujeitos da relação jurídica eram individualmente distintos e caracterizados. Então, essa clássica concepção contratual era basilada em um princípio secular das relações contratuais, o princípio da liberdade contratual, um desdobramento da autonomia da vontade.

A partir do séc.XIX, em virtude, da massificação das relações de consumo e da produção em alta escala, esse tipo contratual acabou mostrando-se inoperante, anacrônico para atender as atuais demandas do mercado, caindo, assim, em desuso. E é nesse contexto que surge o contrato de adesão visando dinamizar as relações contratuais dotando-as de efetividade e as adequando a realidade vigente.

Então o surgimento desse tipo contratual é um sinal dos tempos<sup>2</sup> modernos onde as cláusulas da relação contratual são impressas antecipadamente, bastando a adesão do contratante. Frisa-se, que com o advento do contrato de adesão macula-se um dos princípios norteadores das relações contratuais o da autonomia da vontade.

---

<sup>2</sup> Qualifica – se como um sinal dos tempos atuais, em que as relações entre a massa popular e os centros comerciais se travam através de condições impressas antecipadamente, sujeitando- se os compradores interessados a simplesmente aceitar as exigências, fora de qualquer discussão (LOPES apud RIZZARDO, 2006,p.99)

## 2.2 Características dos contratos de adesão

Os contratos de adesão, em termos específicos, se denotam pela oposição a idéia de paridade, pois não há possibilidade de qualquer embate entre as partes para formulação das cláusulas, sendo que um dos contratantes se limita a aceitar o que já foi predeterminado, é um contrato característico de uma sociedade de consumo, se destinando a um número indeterminado de pessoas.

Da caracterização esposada se retiram fundamentos basilares desse tipo contratual, que são a predeterminação, ou seja, as cláusulas nele estipuladas são formuladas pelo livre alvitre de uma das partes da relação contratual. A generalidade, sendo um contrato em massa é destinado a um número indeterminado de pessoas e pela uniformidade das cláusulas nele estipuladas, pois, são as mesmas, independente da pessoa com quem se está a negociar. Além, logicamente, da imutabilidade de suas disposições cabendo ao oblato aceitar ou não o que vem predisposto.

Há alguns autores que ainda denotam o monopólio de uma determinada atividade, como um elemento definidor dos contratos de adesão, entre esses vincula-se, Orlando Gomes(1997, p.119), que, assim preceitua “O que caracteriza o contrato de adesão propriamente dito é a circunstância de que aquele a quem é proposto não pode deixar de contratar, porque tem necessidade de satisfazer a um interesse que, por outro modo, não pode ser atendido.”

Ademais, muitos dos serviços prestados à sociedade, hodiernamente, em virtude da massificação das relações de consumo e o dinamismo das relações contratuais se da através desse tipo contratual. Não obstante, há empresas que monopolizam determinada atividade comercial, como serviços de água e de luz, cerceando ainda mais a liberdade de contratação do consumidor, que se vê literalmente compelido a pactuar com o que está estipulado no contrato. Visto que, não lhe resta outro meio de buscar o produto no mercado<sup>3</sup>.

Através, de uma simples análise dos contratos de adesão, se constata que o predisponente possui uma enorme superioridade negocial em relação ao aderente. Como, já frisado, é uma característica desse instituto a formulação antecipada das cláusulas contratuais. Então, em inúmeras vezes, usando dessa prerrogativa e

---

<sup>3</sup> O contrato de adesão é um contrato estereotipado, estandardizado, lógico alheio a qualquer restrição mental da parte aderente, por vezes com inteira ausência de determinação, porque via de regra, a coletividade a que é oferecido não tem mesmo opção de recusa útil em aderir, por se achar diante de uma atividade mercantil sob monopólio ou oligopólio.( SIDOU apud RIZZARDO,2006,p.99)

assessorado por uma equipe técnica, o predisponente formula cláusulas com linguagem extremamente técnica e rebuscada dificultando, assim, o entendimento do aderente.

Além de estabelecer disposições desproporcionais que não se coadunam com o nosso ordenamento jurídico, que são as denominadas cláusulas abusivas. Essas cláusulas caracterizam-se, de modo geral, pela desproporção entre a prestação e contraprestação gerando, assim, uma onerosidade excessiva para o contratante que, muitas vezes, contrata seja por ingenuidade ou compelido por uma necessidade, pois inúmeros serviços são monopolizados no mercado consumidor.

Provocando, dessa feita, uma visível disparidade entre direitos e obrigações dos contratantes, onde o aderente se vê compelido a pagar uma prestação desproporcional e extremamente abusiva. E essa excessiva e abrupta desvantagem, que é quase uma característica intrínseca dos contratos em massa.

É imperioso salientar, que em virtude do dinamismo das relações contratuais, e a massificação das relações de consumo, o contrato de adesão se tornou um meio imprescindível para tornar mais célere e efetiva a atividade negocial. Já que, atualmente, é impossível imaginar uma grande empresa, como uma empresa no ramo de eletrodomésticos pautando com o contratante, todas as disposições que iram regular a relação contratual.

Mas, em virtude das abusividade contidas nesse tipo contratual onde a parte hipossuficiente sempre era a mais prejudicada e atendendo ao reclames de vários segmentos da sociedade, foi institucionalizado o Código de Defesa do Consumidor. Uma norma que surgiu com o intuito de estabelecer a igualdade material e a equidade contratual.

### **3. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A NOVA CONCEPÇÃO PRINCIPOLÓGICA**

Visando coibir os excessos ocasionados pelas relações contratuais em massa, principalmente as oriundas dos contratos de adesão, esses que em virtude de suas características causam uma real desproporção entre fornecedor e consumidor. O legislador institui uma norma de cunho social, onde o Estado passa a ter maior gerência nas relações contratuais intervindo ,assim, de um modo mais contundente, efetivo com o escopo de dirimir as abrutais desigualdades existentes os contratantes. Então, pode –se aduzir que o advento da lei 8078/90 que institui o Código de Defesa do Consumidor

(CDC) estabelece a igualdade material entre os contratantes, valendo-se de um conceito histórico de justiça “Tratar os desiguais de uma forma desigual”. Um dos princípios basilares do CDC, é o da boa-fé objetiva, que aduz o comportamento que deverá ser pautado em uma relação negocial.

### 3.1 O princípio da Boa-Fé objetiva

O CDC é uma norma inovadora no ordenamento jurídico pátrio, pois está pautado em novas concepções principiológicas das relações contratuais como a boa-fé objetiva e a relativização da força obrigatória dos contratos. Essas novas concepções vão dar uma nova exegese para as relações contratuais de consumo, como a delimitação da autonomia da vontade das partes nos contratos e amplitude dos efeitos de uma relação contratual. A delimitação das vontades partes na relação negocial é o principal escopo do princípio da boa-fé- objetiva. No caso dos contratos de adesão, o legislador restringiu a autonomia de vontade da parte economicamente mais forte da relação contratual, pois como já frisado esse que estipula todas cláusulas que irão pautar dado negócio jurídico. Então, a boa-fé objetiva elenca novos deveres e novos limites aos que ocupam as posições contratuais, indica o comportamento que o homem médio, probo deve pautar nas relações contratuais. Conforme aduz Marques(2005, p.216): “Boa-fé objetiva significa, uma atuação refletindo, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando-o, respeitando seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, agindo com lealdade, sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão ou desvantagem excessiva.”

Além de possuir essa função principal de delimitar, dar contornos precisos a autonomia de vontade das partes na relação contratual. A boa-fé objetiva traz concomitantemente uma série de deveres anexos<sup>4</sup>, que são aqueles intrínsecos a uma dada relação contratual. Como o dever de informação, esse de suma importância nas relações de consumo, caracterizando-se como aquele dever que possui o fornecedor de prestar informações fidedignas a respeito do produto. Um exemplo típico é do plano de saúde, pois o fornecedor do serviço deve avisar o consumidor das eventuais carências do plano, assim como, sua área de abrangência.

---

<sup>4</sup> Marques(2005,p.220), assim aduz acerca dos deveres anexos”Apesar de no Brasil consagrarmos a expressão alemã de deveres anexos ou secundários, enquanto contratuais, trata – se de verdadeiras obrigações (obrigações acessórias como denominam os franceses)ao indicar que a relação contratual obriga não somente ao cumprimento da obrigação principal mas também ao cumprimento de várias obrigações acessórias.

Não obstante, esse dever de informação inclui o dever de uma redação clara das cláusulas contratuais, considerando a condição leiga da parte contratante. Esse também tem sido o entendimento do STJ alegando que nos contratos de adesão as cláusulas deverão ser redigidas com clareza e destaque para que não fuja da percepção leiga. Outra inovação trazida a tona com o CDC, foi a relativização da força obrigatória dos contratos, que foi estipulada com o escopo de manter a equidade contratual.

### **3.2 Relativização da força obrigatória dos contratos**

Esse postulado denota que reconhecida uma cláusula contratual, que gere um ônus excessivo para uma das partes contratantes ou que afronte a ordem jurídica vigente, como a prevista nos inciso IV, do art.51 do Código de Defesa do Consumidor. A mesma terá seus efeitos relativizados a fim de preservar a equidade contratual.

Esse princípio é um real paradoxo ao da pacta sunt servanda, o qual apregoa que uma vez manifestada a vontade das partes numa relação contratual, estas ficariam ligadas por um vínculo. De onde surgiria direitos e obrigações para ambas as partes, com força obrigatória, que deveriam necessariamente ser cumpridos.

O papel gerenciador do Estado Social, no trato das relações contratuais fica ainda mais evidente através desse princípio, pois o estado delimita o campo de atuação dos particulares ao formularem as cláusulas. E aquelas formuladas que ultrapassem esses limites serão nulas e terão seus efeitos exauridos.

Então, esse princípio impede que a parte hipossuficiente da relação, que na maioria das vezes, apenas aderiu ao contrato sem ter conhecimento de seu conteúdo sofra os efeitos de cláusulas abusivas e que só causam desproporção na relação contratual.

## **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

E incontestado que os contratos de adesão são necessários para o pleno funcionamento da sociedade contemporânea, pois sem os mesmos não haveria com ter uma eficaz circulação de bens e serviços.

Mas numa sociedade já marcada pela abrupta desigualdade, delegar plena autonomia ao predisponente para formular as cláusulas contratuais, é deixar ainda mais a mercê a parte hipossuficiente. Que inúmeras vezes suporta encargos altíssimos,

privações de direitos por estar compelido a contratar, por não haver outra empresa no mercado, ou mesmo por inexperiência.

Após o surgimento do Código de Defesa do Consumidor, essa realidade vem aos poucos sendo dirimida, pois o Estado através dessa norma de cunho social procura ter uma participação mais ativa na sociedade, como limitar a autonomia de vontade dos contratantes numa relação negocial. Tratando-se, dos contratos de adesão o legislador limitou a autonomia do predisponente, que após o CDC não pode mais formular cláusulas a seu bel prazer.

Visando, dessa forma, estabelecer a igualdade no caso concreto, que o consumidor ao aderir a um contrato tenha seus direitos resguardados e não fique mais a mercê do fornecedor, que na maioria das vezes busca atender seus preceitos.

## **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

BRASIL. *Constituição federal, código civil, código de processo civil* / organizador

Yussef Said Cahali. 5. ed., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003.

BELMONTE, Cláudio. **Proteção Contratual do Consumidor: Conservação e redução do negócio jurídico no Brasil e em Portugal.** Editora Revista dos Tribunais, 2002.

GOMES, Orlando. **Contratos**, Rio de Janeiro. Editora Forense, 1999.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.** 5<sup>o</sup>ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005.

RIZZARDO, Arnaldo. **Contratos.** 6<sup>o</sup>ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2005.

TARTUCE, Flávio. **A função social dos contratos do Código de Defesa do Consumidor ao novo Código Civil.** São Paulo: Editora Método, 2005.