

CLÁUSULAS ABUSIVAS NO CONTRATO DE ADESÃO SOB A ÓTICA DOS CASOS CONCRETOS EM JUIZ DE FORA

Talita Amaral Oliveira¹

Guilherme Augusto Giovanoni da Silva²

Pode ser visto no presente trabalho que a relação de consumo já podia ser observada desde muitos anos atrás, para ser mais preciso no Código de Hammurabi já havia uma frágil regulamentação. Ao passar do tempo a Índia no século VIII também havia se manifestado com Código de Manu sobre relações de consumo, tudo ainda muito precário, ganhando destaque em termos de avanço neste quesito a lei de Sherman nos Estados Unidos na década de 90 meios ao capitalismo. No Brasil antes de 11 de setembro de 1990 não havia o Código do Consumidor e por isso as relações de consumo eram tratadas pelo direito Civil Clássico que tinha enfoque em relações individualizadas, ou seja, é possível visualizar que o Código do Consumidor demorou muito para ser inserido no ordenamento jurídico, a insegurança jurídica ficou um bom tempo entre os consumidores e gerando uma relação não tão equilibrada e adequada.

Os contratos de adesão foram criados como um instrumento para agilizar e fazer com que o consumo seja ainda mais fácil, e assim o fornecedor tem o poder para redigir o contrato sem precisar do consumidor, ou seja, não existe o comum acordo. O objetivo é um contrato padrão que seja para muitas pessoas, pois não sendo desta forma não estará caracterizado como de adesão, deve existir generalidade na elaboração. Existem características que o contrato deve ter, como por exemplo, usar termos claros que sejam acessíveis

¹ Talita Amaral advogada, Graduada nas Faculdades Integradas Vianna Junior, email talitaamaraloliveira20@gmail.com

² Guilherme Augusto Giovanoni da Silva especialista em processo Civil pela PUC Rio, advogado e professor das Faculdades Vianna Júnior, e-mail ggiovanoni@vianna.edu.br

a todos, entre muitas outras características que se encontram no Código do Consumidor.

Por sua vez o contrato em sua elaboração deve respeitar os princípios da boa fé objetiva, isonomia, transparência entre outros princípio de suma importância. E também o que determina a lei 8.078/90, porém muitas vezes não é o que acontece, sendo inseridas inúmeras cláusulas abusivas que evidentemente lesam o consumidor.

As cláusulas abusivas no contrato de adesão atingem toda sociedade e a pesquisa realizada trás dados de juiz de fora, observa-se que a problemática em questão tem aumentado nos últimos anos.

O trabalho busca analisar as cláusulas abusivas em um contrato específico que é o de adesão, visto que essas cláusulas são freqüentes e os consumidores acabam solicitando o serviço ou comprando o produto mesmo havendo disparidade. O presente estudo buscou estudar os conceitos do contrato de adesão e de cláusulas abusivas e os princípios que norteiam o assunto para então compreender através dos dados do órgão administrativo Procon se de fato há um crescimento no número de casos nos últimos cinco anos e identificar qual o perfil das pessoas que fazem reclamações.

O trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica, documental, entrevista com Carla Marques superintendente do PROCON no departamento do DAPI (Departamento de Apuração de Práticas Infrativas) em Juiz de Fora e dados estatísticos do mesmo órgão.

A pesquisa em questão trás consigo um questionamento e reflexão perante as cláusulas abusivas que são cada vez mais inseridas nos contratos de adesão nos últimos cinco anos. A clareza e o entendimento do assunto são essenciais para a reflexão de achar uma resposta do porque do aumento do problema, conforme a estatística da cidade de Juiz de Fora.

O estudo que trás o trabalho é de suma importância para orientar quaisquer pessoas que não compreendem o conceito do que seriam essas cláusulas abusivas nestes determinados contratos, e auxiliar futuros trabalhos no meio acadêmico.

Enfim pode se concluir que existe um problema que evidentemente cresce e não uma resposta adequada que explique o porquê do aumento dessas cláusulas, todavia o problema está posto no trabalho e é bem traçado o que vem acontecendo com os consumidores nos atos das compras de produtos ou serviços. O que resta é partir de uma análise sociológica para solucionar ou fazer com que os números diminuam e assim de fato trazer ao consumidor o equilíbrio que tanto prega nosso ordenamento jurídico.