

**ROBERTA LÍDICE**



# O contrato de adesão como instrumento regulatório nas relações consumeristas e empresariais

**2ª EDIÇÃO**

**JIB**  
**BOSCH EDITOR**

Esta segunda edição do livro “O Contrato de Adesão Como Instrumento Regulatório nas Relações Consumeristas e Empresariais” tem como objetivo aproximar o leitor ao estudo do contrato de adesão e sua regulação à luz do Direito do Consumidor e do Direito Empresarial, ressaltando assim a importância das contratações em massa para a consolidação da sociedade de consumo neste mercado atual e dinâmico. Neste contexto, pretende-se demonstrar as possíveis cláusulas abusivas no referido contrato, a fim de que o fornecedor não seja favorecido em detrimento do consumidor, buscando estabelecer o equilíbrio entre as partes contratantes, destacando que a cláusula contratual deve ser interpretada sob a ótica de ser mais favorável àquele que não redigiu o contrato.



**ROBERTA LÍDICE**

# **O contrato de adesão como instrumento regulatório nas relações consumeristas e empresariais**

2ª EDIÇÃO. 2021

Barcelona  
2021



© MAYO 2021 ROBERTA LÍDICE

© MAYO 2021

**JTB** BOSCH  
EDITOR

**Librería Bosch, S.L.**

<http://www.jmboscheditor.com>

<http://www.libreriabosch.com>


E-mail: [editorial@jmboscheditor.com](mailto:editorial@jmboscheditor.com)

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra ([www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com); 91 702 19 70 / 93 272 04 45).

ISBN papel: 978-84-123671-0-2

ISBN digital: 978-84-123671-1-9

D.L.: B 8008-2021

**Diseño portada y maquetación:** CRISTINA PAYÁ  +34 672 661 611

*Printed in Spain* – Impreso en España

# ÍNDICE

PREFÁCIO.....	9
PREÂMBULO.....	15
INTRODUÇÃO.....	17
<b>CAPÍTULO I</b>	
DO CONTRATO DE ADESÃO COMO INSTRUMENTO REGULATÓRIO.....	19
1. O Contrato de Adesão Como Instrumento Regulatório nas Relações Consumeristas e Empresariais .....	19
<b>CAPÍTULO II</b>	
O CONTRATO DE ADESÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO .....	27
2. O Contrato de Adesão e o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC) .....	27
2.1. O Princípio do <i>Pacta Sunt Servanda</i> nos Contratos de Adesão.....	35
2.2. Da Massificação dos Contratos à Luz do C.D.C. .	38
<b>CAPÍTULO III</b>	
DO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA NOS CONTRATOS DE CONSUMO.....	45
3. Do Princípio da Boa-Fé Objetiva nos Contratos.....	45

3.1. Da Distinção Conceitual Entre Vício Oculto ou Defeito Aparente à Luz do CDC .....	51
<b>CAPÍTULO IV</b>	
DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS NOS CONTRATOS DE ADESÃO.....	61
4. O Contrato de Adesão e o Controle das Cláusulas Abusivas.....	61
<b>CAPÍTULO V</b>	
DO EQUILÍBRIO CONTRATUAL.....	77
5. Da Garantia Contratual .....	77
5.1. Da Revisão dos Contratos .....	81
5.2. Dos Contratos Sucessivos e Cláusula Penal .....	85
5.3. Do Controle Judicial .....	88
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	103
APÊNDICE .....	105
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	111

---

## **PREFÁCIO**

# LEI Nº 8.078/90: PELA PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL

O que faz do Código de Defesa do Consumidor uma das leis mais avançadas do mundo não é o fato dele nascer de um processo de elaboração legislativa de iniciativa do Governo Federal ou do Congresso Nacional, mas sim da pressão da sociedade.

## **O MOVIMENTO CONSUMERISTA**

O Dia Mundial dos Direitos do Consumidor foi comemorado, pela primeira vez, em 15 de março de 1983. Esta data foi escolhida em razão do famoso discurso feito, em 15 de março de 1962, pelo então presidente dos EUA, John Kennedy. Em seu discurso, Kennedy salientou que, todo consumidor tem direito, essencialmente, à segurança, à informação, à escolha e de ser ouvido. Isto provocou debates em vários países e estudos sobre a matéria, sendo, por isso, considerado um marco na defesa dos direitos dos consumidores.

No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor foi instituído em 11 de setembro de 1990, com a Lei Nº 8. 078, mas entrou em vigor apenas em 11 de março de 1991. Sua necessidade nasceu da luta do movimento de defesa do consumidor no País, que começou com a vigência da Lei Delegada nº 4, de 1962, e se fortaleceu em 1976, com a criação do

Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor de São Paulo. Isso serviu de incentivo e modelo para a criação dos demais PROCONs do País, inclusive o de Santa Catarina, em 1988.

Os PROCONs e os movimentos de defesa do consumidor pressionaram o Congresso Constituinte que aceitou a proposta de inserir na Constituição Federal (CF) de 1988 a defesa do consumidor. Sendo assim, o inciso XXXII, do art. 5º da CF estabelece que «o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor». No título que trata da Ordem Econômica e Financeira, a defesa do consumidor foi incluída como um dos princípios gerais da atividade econômica, nos termos do art. 170, V, da CF de 1988. A partir de então, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) disciplinou todas as relações de consumo, com dispositivos de ordem civil, processual civil, penal e de Direito Administrativo.

Um dos maiores avanços do CDC é o do reconhecimento da vulnerabilidade de todo o consumidor no mercado de consumo que em concurso com outros princípios, como da igualdade, liberdade, boa-fé objetiva, repressão eficiente dos abusos, visa atender as necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

O que faz do Código de Defesa do Consumidor uma das leis mais avançadas do mundo não é o fato dele nascer de um processo de elaboração legislativa de iniciativa do Governo Federal ou do Congresso Nacional e sim, da pressão da sociedade, representada no movimento consumerista, pressionando, discutindo, exigindo, tornando-se presente. Por isso, mais importante que a lei é o movimento de defesa do consumidor.



## LEI 8078/90: PELA PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL

As reclamações mais comuns realizadas pelos consumidores brasileiros são: produtos com defeito e cobranças indevidas. Neste contexto, o Código de Defesa do Consumidor – Lei Nº 8.078/90 prevê duas espécies de vícios dos produtos ou serviços: o vício por insegurança, previsto nos artigos 12 e seguintes; o vício por inadequação, previsto nos artigos 18 e seguintes. Ambos estabelecem responsabilidades para o fornecedor.

O vício por insegurança decorre do fato de o produto ou serviço não oferecer a segurança que dele legitimamente se espera, o que pode ocasionar acidentes de consumo. Todos os danos que sejam causados ao consumidor pelo produto ou serviço com vício de insegurança devem ser reparados pelo fornecedor. O prazo legal para que o consumidor exija a reparação desses danos é de cinco anos, iniciando-se a contagem a partir do conhecimento, pelo consumidor, do dano e de sua autoria.

Já o vício por inadequação, é aquele que torna o produto ou serviço impróprio ou inadequado ao consumo a que se destina, ou que lhe diminua o valor (vícios de diminuição do valor), ou, ainda que seja decorrente de falhas na informação ou publicidade do produto ou serviço (vício de disparidade informativa). No caso de produtos com esse tipo de defeito (vício por inadequação), o varejista que adquiriu a mercadoria do fabricante responde perante o consumidor solidariamente. Portanto, se o varejista comprou o produto com defeito, ainda que ignore tal fato, por não ter conhecimento da existência do defeito, ele é o primeiro responsável por esse defeito perante o consumidor, devendo buscar posteriormente com o fabricante (ou distribuidor) seu ressarcimento.

A responsabilidade do fornecedor nesses casos decorre de expressa previsão legal, não podendo ser exonerada ou atenuada por disposição contratual, ainda que com a concordância do consumidor. O consumidor tem o direito de reclamar pelo vício de inadequação

pelo prazo de 30 dias, tratando-se de fornecimento de produto não durável, e pelo prazo de 90 dias, tratando-se de fornecimento de produto durável.

Com fulcro no artigo 6º, inciso VIII e Art. 38 CDC, podemos concluir que o Código de Defesa do Consumidor auxilia de várias maneiras a fazer valer os direitos dos consumidores na justiça. Diverentemente das normas do Código de Processo Civil no que concerne a obrigação de quem alega tem que provar, com documentos, fotografias, testemunhas etc., O Código de Defesa do Consumidor permite ao Juiz determinar ao fornecedor que providencie as provas. Quer dizer, a obrigação de provar será do fornecedor do produto ou do prestador de serviço e não daquele que reclama, no caso, o consumidor.

Vale ressaltar que, apesar da morosidade da Justiça no que tange a resolução de problemas, sabe-se que o CDC, especialmente, abriu a possibilidade de utilização de instrumentos de administração do tempo do processo (execução específica), existentes agora no processo civil de modo amplo. Porém, a resolução definitiva ainda continua demorada, apesar dos Juizados Especiais, o que causa insegurança jurídica para o consumidor.

Dentre os procedimentos mais comuns adotados pelos grandes fornecedores para suprir a demanda de reclamações, como por exemplo, o serviço e atendimento ao consumidor, têm-se a prática do *RECALL*. No site do Ministério da Justiça é possível realizar acompanhamento de Recalls realizados, desde o ano de 2000, no qual, é possível conferir se um determinado produto está sendo objeto de *RECALL*. A referida prática, demonstra uma preocupação dos fornecedores de produtos –item de maior volume de reclamações no Cadastro Nacional de Reclamações Fundamentadas–, com os defeitos nos referidos bens de consumo.

É importante frisar que, os acidentes de consumos, eventos que atingem o consumidor em virtude de defeito do produto ou serviço, podem ser evitados pelo Recall, como medida preventiva.

Por outro lado, quando tratar-se de serviços, não é possível o Recall, uma vez que está relacionado a produtos, pois há, nesta modalidade de consumo, uma característica denominada de «inseparabilidade» (consumo concomitante à produção).

Tal qualidade ressalta a necessidade de: 1. Educação e acompanhamento do consumidor na utilização dos serviços disponíveis; 2. Aprimoramento do fornecedor no relacionamento com o consumidor, com a abertura de canais de comunicação que possam determinar a evolução do serviço disponibilizado.

Diante desses aspectos, pode-se concluir que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC) vem sendo aplicado, embora com muito ainda por fazer. O executivo, através do Ministério da Justiça, tem realizado importante trabalho, apesar de contar com pouca divulgação. No que tange as associações, essas tentam cumprir o seu papel, fazendo convergir às individualidades (consumidores) a um ponto central coletivo das relações de consumo.

PREFÁCIO

PREÂMBULO

INTRODUÇÃO

**CAPÍTULO I**

DO CONTRATO DE ADESÃO  
COMO INSTRUMENTO  
REGULATÓRIO

**CAPÍTULO II**

O CONTRATO DE  
ADESÃO NAS RELAÇÕES  
DE CONSUMO

**CAPÍTULO III**

DO PRINCÍPIO DA  
BOA-FÉ OBJETIVA NOS  
CONTRATOS DE CONSUMO

**CAPÍTULO IV**

DAS CLÁUSULAS  
ABUSIVAS NOS  
CONTRATOS DE ADESÃO

**CAPÍTULO V**

DO EQUILÍBRIO  
CONTRATUAL

CONSIDERAÇÕES FINAIS

APÊNDICE

REFERÊNCIAS  
BIBLIOGRÁFICAS



**Roberta LÍDICE**

Pesquisadora, Advogada e Consultora jurídica, atuante no âmbito preventivo e consultivo nas áreas de Direito Penal, Direito Administrativo, Gestão Pública e Empresarial, com ênfase no exercício da atividade de Ouvidoria e Participação Social e na Gestão de Processos do Canal de Denúncias e Ética Corporativa. Examinadora da Comissão de Exame de Ordem da OAB-SP. Autora e coautora de livros e artigos jurídicos e sociais. Doutoranda em Estudos Interdisciplinares de Gênero e Políticas de Igualdade pela Universidade de Salamanca (USAL) – Espanha.