



FACULDADE DE CIÊNCIAS GERENCIAIS DE MANHUAÇU

**CLÁUSULAS ABUSIVAS NO CONTRATO DE ADESÃO– UMA ANÁLISE À LUZ
DO ENTENDIMENTO DO TJMG**

Loraynne Sara de Araújo Silva

Manhuaçu
2018



LORAYNNE SARA DE ARAÚJO SILVA

**CLÁUSULAS ABUSIVAS NO CONTRATO DE ADESÃO – UMA ANÁLISE À LUZ
DO ENTENDIMENTO DO TJMG**

Projeto de Monografia de Curso apresentado
no Curso de Direito da Faculdade de Ciências
Gerenciais de Manhuaçu, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel em
Direito.

Área de Concentração: Direito do Consumidor

Orientadora: Prof.^a Bárbara Amaranto

Manhuaçu
2018



LORAYNNE SARA DE ARAÚJO SILVA

**CLÁUSULAS ABUSIVAS NO CONTRATO DE ADESÃO– UMA ANÁLISE À LUZ
DO ENTENDIMENTO DO TJMG**

Projeto de Monografia de Curso apresentado
no Curso de Direito da Faculdade de Ciências
Gerenciais de Manhuaçu, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel em
Direito.

Área de Concentração: Direito do Consumidor

Orientadora: Prof.^a Bárbara Amaranto

Banca Examinadora

Data de Aprovação: 05 de DEZEMBRO de 2018.

Ana Paula Rodrigues Gomes Gonçalves; FACIG.

Thaysa Kassis de Faria Alvim; FACIG.

Manhuaçu
2018



Dedico este trabalho ao meu marido, Vitor Carlos, pelo apoio, sempre presente em todos os momentos da minha vida, que tanto lutou ao meu lado para que meus sonhos se tornassem realidade.

Aos meus pais, Leandro e Elizabeth, por terem me ensinado o caminho que devo andar e por me encorajarem nessa jornada, sempre me dando apoio incondicional.

Aos meus irmãos, Lorena e Gabriel, que aguentaram meus dias de estresse.

E à minha querida orientadora, professora Bárbara Amaranto, que com seu carinho e dedicação nunca me deixou desistir.

Agradeço primeiramente a Deus por ter permitido que eu chegasse até aqui, me dando força para vencer cada desafio no decorrer do curso.

Aos meus amigos, pelos momentos de descontração que passamos e por todos os momentos de tensão e desespero ao longo dos períodos de graduação.

Agradeço também minha orientadora, Professora Bárbara Amaranto, que brilhantemente me auxiliou e sempre esteve presente na elaboração deste, motivada sempre pela paciência, carinho e dedicação.

A todos os meus professores, que não apenas me ensinaram, fazendo parte do meu processo de formação profissional, mais por terem me feito aprender e a enxergar novos horizontes.



RESUMO

A presente monografia aborda uma reflexão sobre as cláusulas abusivas nas relações consumeristas, em especial, os contratos de adesão, celebrados entre fornecedores e consumidores. Utilizando o Código de Defesa do Consumidor e os princípios fundamentais desses contratos, que possuem cláusulas abusivas contra a parte vulnerável da relação, nota-se que somente o fornecedor se beneficia na relação, devendo este indenizar o consumidor perante tal abuso. O Código de Defesa do Consumidor tem por finalidade a proteção do consumidor perante tais abusos nas relações de consumo e a busca de um equilíbrio entre as partes contratantes. Desta forma, se o consumidor se sentir lesado de alguma forma e perceber que seus direitos descritos no CDC estão sendo descumpridos, poderá este recorrer aos órgãos de defesa como o PROCON e o IDEC para resolver o problema, se este não for解决ado, poderá ser levado ao juízo.

Através do estudo de julgados do TJMG, percebe-se que se o consumidor não tiver ciência de seus direitos e lutar por eles no tribunal, serão lesados através de cláusulas existentes nos contratos de adesão que são abusivas e nulas de pleno direito.

Palavras-chave: Cláusulas abusivas; Contratos de adesão; Relações de consumo; Código de Defesa do Consumidor; Órgãos de Defesa.



LISTA DE ABREVIATURAS

CRFB - Constituição da República Federativa do Brasil

CDC - Código de Defesa do Consumidor

STJ - Superior Tribunal de Justiça

TJMG - Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais

Art. - Artigo

JEC - Juizado Especial Cível

PROCON - Programa de Proteção e Defesa do Consumidor

CODECON - Conselho de Defesa do Contribuinte

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações

MB - Megabit por segundo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO.....	12
2.1 CONCEITO DE RELAÇÃO DE CONSUMO.....	12
2.1.2 CONCEITO DE CONSUMIDOR.....	12
2.1.3 CONCEITO DE FORNECEDOR.....	14
2.1.4 CONCEITO DE PRODUTO.....	14
2.1.5 CONCEITO DE SERVIÇO.....	15
3. DOS CONTRATOS.....	18
3.1 DOS CONTRATOS DE ADESÃO.....	19
4. DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS.....	21
4.1 CONCEITO DE PRÁTICAS ABUSIVAS.....	21
4.2 CONCEITO DE CLÁUSULAS ABUSIVAS.....	22
4.3 NULIDADES DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS.....	23
5. CONTROLE DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS.....	25
6. DO ENTENDIMENTO DO TJMG QUANTO AS CLÁUSULAS CONTRATUAIS ABUSIVAS.....	26
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	31

1. INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078 de 11 de setembro de 1990, tem como objetivos principais a defesa dos direitos do consumidor, previsto no artigo 170, V da Carta Magna, e o equilíbrio entre as partes em uma relação de consumo. Assim sendo, o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 6º, explanou os direitos básicos do consumidor, dentre eles a proteção à vida, saúde e segurança contra danos causados por práticas no fornecimento de produtos e serviços (inciso I); à informação adequada e clara sobre os produtos fornecidos no mercado de consumo (inciso III); a proteção contra publicidade enganosa e abusiva (inciso IV); a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão, se este se tornar excessivamente desvantajoso para o consumidor (inciso V); e, o acesso a órgãos judiciais e administrativos, para a prevenção ou reparação de danos (inciso VII).

O inciso I, protege a integridade física do consumidor, não devendo este ser exposto a perigos que prejudiquem sua saúde. O fornecedor tem o dever garantir segurança sobre o produto ou serviço disponibilizado.

Assim, como dispõe o artigo 8º do CDC, o fornecedor é obrigado a fornecer as informações necessárias e adequadas no que diz respeito a seu produto ou serviço.

Sendo assim, não basta que os produtos estejam de acordo com a sua finalidade, eles precisam ser seguros e garantir que o consumidor não perca sua integridade física ao consumi-lo.

O inciso III, ao dispor sobre o direito à informação, dispõe ao consumidor o direito de saber tudo sobre o produto antes de adquiri-lo, ou, antes de contratar um serviço. O consumidor irá processar tais informações essenciais do produto, e fazer a melhor escolha entre consumi-lo ou não, bem como saber o valor dos tributos incidentes. Pode se perceber nesse inciso o surgimento do Princípio da transparência, que permite que o consumidor saiba qual produto está adquirindo e se ele irá satisfazer suas necessidades, esse princípio trouxe uma inversão de papéis na relação.

Sendo assim, esse inciso estabelece o dever do fornecedor de disponibilizar de forma clara as informações do produto, para que ele tenha uma escolha, ou até

evitar um dano à saúde do consumidor no caso, por exemplo, de uma intolerância a certo ingrediente do produto.

No inciso IV podemos perceber a preocupação do legislador ao garantir que o consumidor não seja enganado com propagandas enganosas ou abusivas. Pode-se dizer que o produto ou serviço ofertado deve corresponder exatamente à expectativa do público, sem levar o consumidor ao erro em relação ao que lhe é disponibilizado.

Então, uma propaganda enganosa acontece quando é passado para o público uma ideia inverídica sobre o produto, passar informações que chamam a atenção do consumidor sendo que de fato não existe, e uma propaganda abusiva acontece quando a publicidade do produto afeta a ingenuidade de crianças e idosos, os levando ao erro e expondo-os em situações de risco.

O consumidor nesse caso está amparado pela lei e pode trocar a mercadoria ou ter seu dinheiro de volta.

O inciso V prevê a modificação de cláusulas que podem ser consideradas abusivas, sendo essas excessivamente onerosas em face do consumidor, visa garantir o equilíbrio do contrato. Esse inciso encontra fundamento na cláusula *rebus sic stantibus*, que é quando havendo algum fato superveniente que traga alguma vantagem que posteriormente se tornará excessivamente onerosa para uma das partes, tal contrato pode ser revisto, desde que esse fato seja imprevisível ou extraordinário, surgindo assim, a teoria da imprevisão.

Tal inciso prevê a modificação de cláusulas abusivas nos contratos em que algum fato que venha a ocorrer posteriormente à contratação, levará ao enriquecimento anormal do fornecedor do produto ou serviço, mas, como nos contratos de adesão as cláusulas são impostas ao contratante e não existe a possibilidade de modificação, pode-se dizer que esse contrato possui cláusulas nulas de pleno direito, mas que, só serão reconhecidas como nulas se o contratante buscar seus direitos perante o judiciário.

O inciso VII menciona o direito de acesso aos órgãos judiciários e administrativos, para que assim, possa se prevenir ou reparar os danos causados pelo vício do produto ou do serviço. O legislador ao estabelecer os artigos do CDC, se preocupou em disponibilizar para os consumidores de forma clara seus direitos e o que fazer para buscar o efetivo cumprimento deles. Esse inciso foi imposto como

uma forma de garantir que o consumidor tenha sucesso na busca por justiça quando são lesados, garantindo-lhes o livre acesso aos órgãos de proteção do consumidor. É uma forma de intervenção Estatal nas relações de consumo, e destaca que o consumidor pode buscar seus direitos através do Judiciário, JECs, etc, ou administrativamente, através do Procon, Codecon, etc. Como também, acerca da gratuidade da assistência jurídica nesses casos, em que o consumidor dispõe de profissionais que lutam por seus direitos contra o fornecedor que o lesou de forma gratuita.

O objetivo geral do presente trabalho é delimitar as cláusulas abusivas existentes nos contratos de adesão, expondo os direitos que cada consumidor contratante faz jus, de modo a incentivar a exigência deles perante juiz, com base no Código de Defesa do Consumidor.

A fundamentação foi baseada no Código de Defesa do Consumidor, doutrinas e julgados, que mediante um longo estudo levaram ao desenvolvimento deste, tendo como método de realização o dedutivo, em forma de pesquisas.

Será disposto em seis capítulos:

O primeiro capítulo será uma introdução breve sobre o tema, abordará conceitos gerais sobre o tema em uma breve síntese.

O segundo capítulo tratará das relações jurídicas de consumo com base no Código de Defesa do Consumidor e doutrinas, desde a caracterização da relação jurídica de consumo, até os conceitos das partes e os objetos da relação.

O terceiro capítulo abordará o conceito de contratos, em especial os contratos de adesão.

O quarto capítulo tratará das práticas abusivas existentes nas cláusulas contratuais, bem como suas modalidades e nulidades, como também, a incidência das cláusulas abusivas nos contratos de adesão.

O quinto capítulo trará as formas de controle das cláusulas abusivas existentes nos contratos de adesão.

E, o capítulo sexto, explanará o entendimento do TJMG quanto às cláusulas abusivas contratuais.

2. DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

Demonstrar-se-á nesse capítulo como são formadas as relações de consumo, bem como a definição das partes e os objetos desta relação, juntamente com a definição de contrato, especialmente o contrato de adesão à luz do Código de Defesa do Consumidor.

2.1 CONCEITO DE RELAÇÃO DE CONSUMO

Para a formação de uma relação de consumo, deve ser observada obrigatoriamente a existência de elementos essenciais, que são: um consumidor, um fornecedor e um produto ou serviço que ligue um ao outro.

Maria A. Zanardo Donato (1993, p. 70) conceitua a relação de consumo como “a relação que o direito do consumidor estabelece entre o consumidor e o fornecedor, conferindo ao primeiro um poder e ao segundo um vínculo correspondente, tendo como objeto um produto ou serviço”.

Para Rizzato Nunes (2018, p. 118) “haverá relação jurídica de consumo sempre que se puder identificar num dos polos da relação ao consumidor, no outro, o fornecedor, ambos transacionando produtos e serviços”.

Sobre o tema, bem aponta Maria Helena Diniz, citando Del Vecchio (2010, p. 515):

A relação jurídica consiste num vínculo entre pessoas, em razão do qual uma pode pretender um bem a que outra é obrigada. Tal relação só existirá quando certas ações dos sujeitos, que constituem o âmbito pessoal de determinadas normas, forem relevantes no que atina ao caráter deôntico das normas aplicáveis à situação. Só haverá relação jurídica se o vínculo entre pessoas estiver normado, isto é, regulado por norma jurídica, que tem por escopo aceitá-lo.

Sendo assim, uma relação jurídica de consumo só se caracteriza com a presença dos elementos essenciais, caracterizados como subjetivos, consumidor e fornecedor, e objetivos, um produto ou serviço, que será o elo da relação jurídica. Existindo essa relação, os elementos subjetivos serão amparados pelo Código de Defesa do Consumidor se lesados.

2.1.2 CONCEITO DE CONSUMIDOR

Em seus artigos 2º, 17 e 29, o Código de Defesa do Consumidor define o conceito de consumidor.

Para Fábio Konder Comparato, citado por José Geraldo Brito Filomeno (2007, p. 22):

Consumidores são aqueles “que não dispõe de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos titulares destes”. E complementa tal enfoque asseverando que “o consumidor é, pois, de modo geral, aquele que se submete ao poder de controle dos titulares de bens de produção, isto é, os empresários”.

Como elucida o doutrinador Rizzato Nunes (2005, p. 72):

[...]a definição de consumidor do CDC começa no individual, mais concreto (art. 2º, caput), e termina no geral, mais abstrato (art.29). Isto porque, logicamente falando, o caput do art. 2º aponta para aquele consumidor real que adquire concretamente um produto ou um serviço, e o art. 29 indica o consumidor do tipo ideal, um ente abstrato, uma espécie de conceito difuso, na medida em que a norma fala da potencialidade, do consumidor que presumivelmente existia, ainda que possa não ser determinado.

Pode-se dizer então, que consumidor é o elo final da cadeia produtiva, a quem o produto ou serviço se destina, para utilização pessoal. Mas existem também aqueles que se equiparam a consumidor, que será uma coletividade de pessoas, determináveis ou não, expostas ao consumo, são aquelas pessoas que não adquiriram diretamente o bem ou serviço, mas o consumiram e foram lesados, estes também serão indenizados e equipados à consumidores direitos, como se tivessem comprado o produto ou requerido o serviço.

Nos dizeres de Filomeno (2001, p. 44):

O parágrafo único do art. 2º trata não mais daquele determinado e individualmente considerado consumidor, mas de uma coletividade de consumidores, sobretudo quando indeterminados, que tenham intervindo numa relação de consumo.

Nota-se que o conceito de consumidor abordado pelo CDC não está ligado somente em que adquire o produto ou serviço, mas também equipara a consumidor, como se tivessem participado diretamente da relação de consumo, aqueles que não adquiriram o produto ou serviço, mas de qualquer forma foram afetados, expostos ao dano que este provocou.

Sendo assim, consumidor abrange todas as pessoas, sendo físicas ou jurídicas, que adquire um produto ou serviço sendo destinatário final, para uso próprio ou alheio, desde que não exista revenda e a cadeia produtiva do produto se encerre.

2.1.3 CONCEITO DE FORNECEDOR

Fornecedor é a outra parte constituinte de uma relação de consumo. Sua definição está expressa no artigo 3º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor.

O doutrinador João Batista de Almeida (2003, p. 40-41), esclarece que:

Fornecedor não apenas quem produz ou fabrica, industrial ou artesanalmente, em estabelecimentos industriais centralizados ou não, como também quem vende, ou seja, comercializa produtos nos milhares e milhões de pontos-de-venda espalhados por todo o território.

Assim, engloba-se no conceito de fornecedor não só os fabricantes do produto, mas também todos os que participam das diversas etapas do processo produtivo até chegar ao consumidor final, ou seja, engloba também os intermediários (intervenientes, transformadores, distribuidores) e o comerciante, desde que seja sua atividade principal ou profissão, e ofereça com habitualidade produtos ou serviços mediante remuneração, sendo dispensável ser pessoa jurídica, de acordo com o artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor.

Sílvio Luís Ferreira da Rocha (1993, p. 73) diz que existem três tipos de fornecedores, que são: o fornecedor real, que é aquele que participa do processo de fabricação ou produção do produto quando este se encontra acabado, de uma parte componente ou da matéria-prima; o fornecedor aparente, que é aquele que coloca o produto no mercado utilizando seu próprio nome, forma, ou marca, apesar de não ter participado do processo de produção ou fabricação do produto, ele se apresente no mercado de consumo como o fornecedor real; e, o fornecedor presumido, que é quem importa os produtos, ou o que os comercializa sem a identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador, que com base no artigo 13, inciso II do CDC sendo o comerciante, será equipado ao fornecedor real, possuindo as mesmas responsabilidades perante o vício do produto ou serviço.

2.1.4 CONCEITO DE PRODUTO

O produto é o objeto que liga o fornecedor e o consumidor e forma junto com esses elementos uma relação de consumo, definido no artigo 3º, § 1º, do Código de Defesa do Consumidor.

O doutrinador Filomeno (2010, p. 52), conceitua “produto (entenda-se ‘bens’) é qualquer objeto de interesse em dada relação de consumo, e destinado a satisfazer uma necessidade do adquirente, como destinatário final”.

A respeito dos bens expostos no §1º do art. 3º, do Código de Defesa do Consumidor, Filomeno cita os ensinamentos de Jorge Torres de Mello Rollemburg (1987, p. 9), ao dispor:

[...] bens duráveis – bens tangíveis que normalmente sobrevivem a muitos usos (exemplo: refrigeradores, roupas); bens não duráveis – bens tangíveis que normalmente são consumidos em um ou em alguns poucos usos (exemplos: carne, sabonete).

Os bens duráveis, que são bens palpáveis, que podem ser utilizados por mais tempo, como por exemplo, um móvel ou eletrodoméstico, e os não duráveis, que são bens palpáveis mais que são consumidos ou duram pouco tempo, como por exemplo, um alimento.

Acerca da responsabilidade do fornecedor sobre vício existente no produto entregue ao consumidor como amostra grátis, Luís Antônio Rizzato Nunes (2018, p. 142) diz que este “está submetido a todas as exigências legais de qualidade, garantia, durabilidade, proteção contra vícios, defeitos etc.”, portanto, o produto, mesmo quando recebido de forma não onerosa, gera responsabilidades para o fornecedor sempre que causar algum dano ao consumidor ou a este equiparado, o que são chamados de acidentes de consumo, previstos do artigo 12 ao 17 do Código de Defesa do Consumidor.

Segundo Tupinambá Miguel Castro Do Nascimento (1991, p. 23):

Ao conceito de produto, interessa saber que é um bem com determinado conteúdo finalístico. É um bem porque, no sentido genérico, tem aptidão para satisfazer necessidades humanas e, mais do que isto, tem valor econômico e pode ser objeto de uma relação jurídica entre pessoas.

Entende-se por produto então, o objeto da relação jurídica, visando à satisfação do consumidor.

2.1.5 CONCEITO DE SERVIÇO

O Código de Defesa do Consumidor, no artigo 3º, parágrafo 2º, conceitua serviço como:

Art. 3º [...]

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

A remuneração constitui o fato caracterizador de um serviço nas relações de consumo, pois, com base no artigo mencionado, como também afirma Cavalieri Filho (2011, p. 77) que:

[...] a característica marcante da definição de serviços, é a de que estes devem ser prestados mediante remuneração – com expressa ressalva sobre a prestação de serviços decorrente de contrato de trabalho, que será regida pelas leis trabalhistas. Sendo obrigatória a observância dos requisitos da profissionalidade, da habitualidade e do recebimento de contraprestação em dinheiro.

Rizzatto Nunes (2011, p. 145) leciona que, “serviço é qualquer atividade humana praticada no mercado de consumo”.

Nunes (2018, p. 147) também define os serviços duráveis em duas categorias:

- a) aqueles que tiverem continuidade no tempo em decorrência de uma estipulação contratual, como os planos de saúde ou qualquer serviço estabelecido contratualmente como contínuo;
- b) os serviços que deixam como resultado um produto, como exemplo, a pintura de uma casa.

Portanto, os serviços duráveis são os que demoram a desaparecer no decorrer do uso, como por exemplo, a pintura de uma casa ou até mesmo sua construção, e os serviços não duráveis são os que acabam rápido, como por exemplo, a lavagem de uma roupa na lavanderia.

Quanto aos serviços gratuitos, só são excluídos se forem pura e inteiramente gratuitos. Se houver uma remuneração indireta (serviços aparentemente gratuitos), impõe-se a incidência do Código de Defesa do Consumidor. Conforme ensina Tartuce (2014, p. 89):

Cumpre esclarecer que, apesar de a lei mencionar expressamente a remuneração, dando um caráter oneroso ao negócio, admite-se que o prestador tenha vantagens indiretas, sem que isso prejudique a qualificação da relação consumerista. Como primeiro exemplo, invoca-se o caso do estacionamento gratuito em lojas, shoppings centers, supermercados e afins, respondendo a empresa que é beneficiada pelo serviço, que serve como atrativo aos consumidores.

Os supermercados que disponibilizam estacionamento para uso dos clientes em compras, onde o preço deste serviço está embutido nos produtos, respondem pela reparação do dano ou furto de veículo ocorrido, ainda que o consumidor nada tenha consumido, de acordo com a Súmula 130 do Superior Tribunal de Justiça, que dispõe:

SÚMULA 130 do Superior Tribunal de Justiça – A empresa responde, perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículo ocorridos em seu estacionamento.

O objeto de estudo do presente trabalho será o serviço durável, que possui continuidade no decorrer do tempo, sendo compactuados entre as partes por meio dos contratos de adesão.

3. DOS CONTRATOS

Segundo o conceito de Clóvis Bevilaqua (1934, p. 245), contrato é um “acordo de vontades para o fim de adquirir, resguardar, modificar ou extinguir direitos”. Para Ulpiano, é o “mútuo consentimento de duas ou mais pessoas sobre o mesmo objeto” (*apud* MONTEIRO, 2007, p. 4).

Para Maria Helena Diniz (2008, p. 30):

Contrato é o acordo de duas ou mais vontades, na conformidade da ordem jurídica, destinado a estabelecer uma regulamentação de interesses entre as partes, com o escopo de adquirir, modificar ou extinguir relações jurídicas de natureza patrimonial.

Nos ensinamentos de Orlando Gomes (2007, p. 10), “contrato é, assim, o negócio jurídico bilateral, ou plurilateral, que sujeita as partes à observância de conduta idônea à satisfação dos interesses que regularam”.

Segundo tais ensinamentos, os contratos podem ser definidos então, como um ato de vontades entre as partes, contratante e contratado, a fim de criar, extinguir ou modificar direitos. Onde o contratado fará a oferta e haverá a aceitação do contratante e será celebrada assim a relação jurídica de consumo entre as partes.

Para possuir validade no âmbito jurídico são necessários os requisitos do artigo 104, do Código Civil de 2002:

Art. 104. A validade do negócio jurídico requer:

- I – agente capaz;
- II – objeto lícito, possível, determinado ou determinável;
- III – forma prescrita ou não defesa em lei.

Quanto à forma desses contratos, o Código Civil deu a liberdade de escolha aos contratantes, podendo ser escritos ou verbais, públicos ou particulares, salvo em casos previstos em lei (artigo 107, do Código Civil).

Na seara do Código de Defesa do Consumidor sobre os contratos, Gonçalves (2011, p. 30) expõe:

O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) regulamenta, nos arts. 30 a 35, a proposta nos contratos que envolvem relação de consumo. Preceituam eles que dever ser séria, clara e precisa, além de definitiva, como também o exige o Código Civil. Entretanto, no primeiro, a oferta é mais ampla, pois normalmente dirige-se a pessoas indeterminadas. No tocante aos efeitos, também diferem: no regime do Código Civil, a recusa indevida de dar cumprimento à proposta resolve-se em perdas e danos; no Código de Defesa do Consumidor, dá ensejo à execução específica (arts. 35, I, e 84, § 1º),

consistindo opção exclusiva do consumidor a resolução em perdas e danos. Além de poder preferir a execução específica (CDC, art. 35, I), o consumidor pode optar por, em seu lugar, “aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente” (II) ou, ainda, por “rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos” (III). O art. 34, por sua vez, estabelece solidariedade entre o fornecedor e seus prepostos ou representantes autônomos.

Realizada de forma rápida a definição de contratos e sua validade, o presente trabalho passará a analisar os contratos de adesão, ponto essencial para o desenvolvimento do mesmo.

3.1 DOS CONTRATOS DE ADESÃO

Os contratos de adesão estão regulamentados expressamente no artigo 54, do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

O §3º do mesmo artigo, determina que estes devem ser escritos de forma clara, com fontes legíveis e de fácil compreensão do consumidor.

Segundo os ensinamentos de Maria Helena Diniz (2009, p. 367), os contratos de adesão são aqueles escolhidos unilateralmente pelo fornecedor e não há o que se falar em discussão de cláusulas e redação de comum acordo, ao consumidor são impostas as cláusulas, sem direito de modificar ou afastar alguma cláusula.

Segundo a doutrinadora, a característica que define o contrato de adesão é sua maneira unilateral de concepção, o que acaba dando margem às cláusulas abusivas, onde o consumidor apenas poderá aceitá-lo ou recusá-lo em sua totalidade. O consumidor se vê totalmente vulnerável a essas cláusulas, pois necessita de um produto ou serviço e não tem alternativa senão aceitar o contrato num todo.

Rizzato Nunes (2012, p.178) diz que essa vulnerabilidade que o consumidor, contratante do produto ou serviço possui, é real e discorre de dois aspectos: um de ordem técnica, onde o consumidor não possui as informações específicas do produto ou serviço, suas características ou utilidade, os meios de produção que foi usado no produto, como também o consumidor fica à mercê do fornecedor, pois ele

escolhe o produto, do jeito que quer e quando irá fornecê-lo onde só o fornecedor detém esse conhecimento, a escolha do consumidor já nasce reduzida; e outro de cunho econômico, é o fornecedor possuir mais recurso financeiro que o consumidor, por via de regra.

Como ensina o jurista francês Ripert (2008, p. 92): “Não é a desigualdade dos contratantes só por si que torna o contrato suspeito, é o abuso possível emergindo desta desigualdade”. É certa a existência da desigualdade entre o contratado e o contratante, parte vulnerável na relação de consumo, mas a partir do momento que o contratado se utiliza dessa desigualdade para lesar o contratante e tirar proveito excessivamente para si, as cláusulas se tornam abusivas, de maneira que, o Estado deverá intervir na relação, para resguardar os direitos do contratante e declarar nulas tais cláusulas abusivas.

4. DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

4.1 CONCEITO DE PRÁTICAS ABUSIVAS

Para o doutrinador Benjamim (2012, p. 265) “prática abusiva (*lato sensu*) é a desconformidade com os padrões mercadológicos de boa conduta em relação ao consumidor”. No entendimento de Antônio Herman Benjamin, citado por Efig (2004, p. 183-184) são os procedimentos, mecanismos, métodos e técnicas utilizados pelo fornecedor para levar o consumidor a adquirir seu produto ou serviço, de modo a ampliar a vulnerabilidade do mesmo no contrato de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor não define prática abusiva, apenas enumera as mais comuns e prejudiciais ao consumidor. Pode-se dizer que tais práticas seriam ações contrárias do fornecedor aos direitos do consumidor.

O rol do artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor, que é exemplificativo segundo Rizzato Nunes (2018, p. 188), possui como objetivo pontuar algumas práticas abusivas e proibir os fornecedores de produtos e serviços a praticarem tais condutas. Como comenta Efig (2004, p. 202), o intuito do legislador ao prevê tal artigo foi diminuir as circunstâncias que eventualmente poderiam acarretar a danos ao consumidor.

Cabe dizer, que tal artigo possui respaldo nos direitos básicos do consumidor em geral previstos no artigo 6º, mais especificamente em seu inciso IV, que determina:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...];

IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

Entende-se então, como prática abusiva, segundo Rizzato Nunes (2018, p. 187), a prática de diversos comportamentos, que se aproveitam da boa-fé do consumidor ou de sua inferioridade econômica, levando este a ser exposto ou que tenha sua vulnerabilidade ampliada.

Sendo assim, como menciona o doutrinador Antônio Carlos Efig (2004, p. 197), as práticas abusivas ampliam o desequilíbrio da relação de consumo, onde o fornecedor impõe sua vontade e superioridade, enquanto torna o consumidor frágil e sem escolha perante a relação de consumo.

4.2 CONCEITO DE CLÁUSULAS ABUSIVAS

Benjamin, Marques e Bessa (2008, p. 292) ensinam que:

Inicialmente, cumpre destacar que a caracterização de qualquer cláusula abusiva, nos termos da sistemática adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, independe de análise subjetiva da conduta do fornecedor, se houve ou não malícia, intuito de obter vantagem indevida ou exagerada. Em nenhum momento a Lei 8.078/90 exige a má-fé, o dolo do fornecedor, para caracterização da abusividade da cláusula.

Do mesmo modo ensina o doutrinador Leonardo de Medeiros Garcia (2010, p. 311) quando uma cláusula é considerada abusiva, o CDC não se preocupará em observar o caráter subjetivo do fornecedor, se ao impor as cláusulas do contrato estava de boa-fé ou não, essas cláusulas serão declaradas nulas, pois um contrato deve se pautar de boa-fé e equilíbrio.

Pode-se dizer segundo tais entendimentos, que em um contrato de adesão, essas cláusulas são previamente definidas pelo contratado, restando para o contratante apenas aceitar o que lhe foi imposto.

Segundo os ensinamentos da doutrinadora Cláudia Lima Marques (1995, p. 387) a abusividade dessas cláusulas afeta os direitos e obrigações das partes contratantes, pois existe uma unilateralidade excessiva para o fornecedor, contrariando a boa-fé contratual e lesionando os direitos básicos do consumidor.

Assim, é considerada uma cláusula abusiva toda cláusula que de certa forma desequilibra a relação de consumo entre o fornecedor e o consumidor. Elas podem ser entendidas como cláusulas opressivas, onerosas ou até mesmo excessivas.

Nesse pensamento, Nelson Nery Junior (2004, p. 558) ensina que:

[...] cláusula abusiva é aquela que é notoriamente desfavorável à parte mais fraca na relação contratual, que no caso de nossa análise, é o consumidor, aliás, por expressa definição do art. 4º, nº 1, do CDC. A existência de cláusula abusiva no contrato de consumo torna inválida a relação contratual pela quebra do equilíbrio entre as partes, pois normalmente se verifica nos contratos de adesão, nos quais o estipulante se outorga todas as vantagens em detrimento do aderente, de quem são retiradas as vantagens e a quem são carregados todos os ônus derivados do contrato.

Ademais, o doutrinador Fernando Noronha (1994, p. 248) também conceitua as cláusulas abusivas como a redução unilateral das obrigações do fornecedor contratado enquanto agravam a do consumidor, fazendo com que o fornecedor se

aproveita de sua superioridade, para que tenha benefícios excessivos em face desse contrato de consumo e o consumidor acaba lesado.

O CDC então incumbe ao Estado, resguardar os direitos e interesses da parte mais fraca da relação de consumo, o consumidor, declarando-as nulas assim que este pleiteia seus direitos perante o judiciário.

4.3 NULIDADES DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

Quanto às nulidades das cláusulas contratuais (artigo 51 do Código de Defesa do Consumidor), foi prevista como uma forma de assegurar que ambas as partes contratantes venham ter igualdade na relação.

Benjamin, Marques e Bessa (2008, p. 292) ensinam que:

Inicialmente, cumpre destacar que a caracterização de qualquer cláusula abusiva, nos termos da sistemática adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, independe de análise subjetiva da conduta do fornecedor, se houve ou não malícia, intuito de obter vantagem indevida ou exagerada. Em nenhum momento a Lei 8.078/90 exige a má-fé, o dolo do fornecedor, para caracterização da abusividade da cláusula.

Sendo assim, existindo alguma cláusula que contrarie os princípios que fundamentam os contratos e que torne uma das partes excessivamente oneradas, se caracterizará a abusividade.

Sobre o reconhecimento da nulidade das cláusulas abusivas, ensina Garcia (2010, p. 309), que são de ordem pública, ou seja, as cláusulas existentes nos contratos de consumo devem ter como base a ordem social e o equilíbrio dos direitos e obrigações das partes, objetivando a proteção os consumidores, sem que haja má-fé ou onerosidade excessiva para uma das partes, na falta desses requisitos e comprovada a abusividade nas cláusulas, o Poder judiciário poderá declarar sua nulidade absoluta de ofício, ou a pedido do contratante, das entidades que os representem ou do Ministério Público (NERY JR., 2011, p. 572).

Assim, se comprovada à nulidade da cláusula contratual, o juiz poderá por ato de ofício declará-la, independente de qualquer provocação das partes. Como se trata de uma norma contrária à ordem pública, ou seja, ela fere os direitos do consumidor e leva à excessiva onerosidade do fornecedor (GRINOVER, 2011, p. 573-574 e MARQUES, 2013, p. 233-234).

Assim, conforme entendimento de Miragem (2009, p. 60), o legislador ao prevê o §2º do artigo 51, do CDC, visou proteger os interesses do consumidor à manutenção do contrato, onde se houver alguma cláusula abusiva no contrato e esta for comprovada, o juiz pode anular somente ela (artigo 184, do Código Civil) ou modifica-la (artigo 6º, inciso V, do CDC), pois não afeta a essência do contrato, mas a partir do momento que houve a onerosidade excessiva para alguma das partes, anulará o contrato todo.

5. CONTROLE DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

Sobre o controle das cláusulas abusivas presentes nos contratos de consumo, ensina o doutrinador Cláudio Bonatto (2004, p. 110):

“(...) Surge a necessidade do controle das cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo, pela via administrativa ou judicial, abstrata ou concretamente, a fim de que os contratos se conformem ao bem comum e aos princípios essenciais da justiça e da ordem pública, com o objetivo precípua de recompor o equilíbrio no âmbito do interesse social.

O Estado então, visando proteger os consumidores, intervém pela via administrativa, através de instituições de órgãos próprios estatais; pela via legislativa, através de leis específicas com o objetivo de proteger o consumidor; e, também através de órgãos jurisdicionais.

Como o processo judicial é uma via mais morosa para a resolução de conflitos, foi necessária a instauração da via administrativa, a fim de agilizar a defesa efetiva do consumidor no controle das cláusulas abusivas nos contratos de consumo.

Garcia (2010, p. 323) ensina que:

O controle judicial das cláusulas contratuais abusivas tanto pode ocorrer nos limites de relação de consumo específica deduzida em juízo, por intermédio de ação proposta pelo consumidor interessado (controle judicial concreto), quanto pode incidir sobre a totalidade das cláusulas contratuais estipuladas pelo fornecedor, por provocação do Ministério Público ou de quaisquer dos legitimados pelo art. 82 do CDC (controle judicial abstrato).

O controle judicial então pode ser dividido em duas formas: a primeira é chamada de controle judicial concreto, que é quando o consumidor ingressa com uma ação perante o juiz, já a segunda, é chamada de controle judicial abstrato, que é quando a ação é proposta pelo Ministério Público.

Ante os ensinamentos do doutrinador Bonatto (2004, p. 110) pode-se dizer que o controle administrativo é exercido pelo Estado, por meio de órgãos especializados, como por exemplo, o PROCON, a ANVISA, o INMETRO, etc. são órgãos que agem de forma preventiva, fiscalizadora ou até mesmo repressiva.

É oportuno lembrar-se do controle executivo, em que o Presidente da República através de medidas provisórias com força de lei, estabelece nulidade de cláusulas contratuais, invertendo o ônus da prova (art. 62, CRFB/88).

6. DO ENTENDIMENTO DO TJMG QUANTO AS CLÁUSULAS CONTRATUAIS ABUSIVAS

Analisará neste capítulo, acerca de julgados do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, a fim de entender como a jurisprudência mineira se posiciona perante os contratos de adesão e as cláusulas abusivas.

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL – SEGURO – COBERTURA – LIMITE – CONTRATO DE ADESÃO – VALIDADE – DIREITO DE INFORMAÇÃO – ATENDIDO. Nos termos do art. 757 do Código Civil, a garantia é apenas contra “riscos predeterminados”, não havendo como impor obrigação além daquela que foi assumida contratualmente pela seguradora. A modalidade de adesão é regra nos contratos de seguro, por envolver propostas que dependem de prévio estudo atuarial, não sendo tal fato, por si só, capaz de invalidá-lo. Sendo disponibilizado acesso às condições gerais do contrato, não há falar em preterição ao direito de informação.

(TJ-MG – AC: 10000170741672001 MG, Relator: José Augusto Lourenço dos Santos, Data de Julgamento: 05/03/2018, Data de Publicação: 14/03/2018)

No presente julgado, é discutida sentença anterior que julgou improcedente o pedido da autora/apelante, a empresa AVANTE LOTERIAS LTDA, em ter seus prejuízos, decorrentes de uma ligação, resarcidos pela empresa Ré/Apelada, a empresa CAIXA SEGURADORA S/A.

O juiz reconheceu a existência do contrato de adesão, por se tratar de um contrato de seguro, mas mencionou o artigo 757 do Código Civil que fala que a autora teria garantia apenas contra riscos predeterminados no contrato, de forma que o fato de uma funcionária da empresa apelante ter recebido ligação telefônica exigindo transferências bancárias mediante ameaças, não constitui cláusula seguradora.

O juiz entendeu que o contrato firmado entre as partes se referia a proteção quando se constatava o emprego de violência (física ou moral) dentro do local assegurado, não podendo ser estendida para ações à distância, como no caso pelo telefone.

Nesta decisão, percebe-se que o TJMG se pautou na lei, por mais que a vulnerabilidade do consumidor seja na maioria dos casos incontrovertida, em alguns casos nem sempre o consumidor terá total direito em face do fornecedor, foi-se apurado que a seguradora em apólice do seguro menciona a indicação de link para

a consulta de cláusulas gerais do então contrato de adesão, como também que os riscos cobertos seriam os estabelecidos nas condições gerais.

Entendendo então que inexistia veracidade da declaração da parte autora/apelante quanto o fato de mencionar não ter sido informada sobre as situações que seriam seguradas, julgando improcedente a apelação.

APELAÇÕES CÍVEIS - GRATUIDADE JUDICIÁRIA REQUERIDA PELO PATRONO RECORRENTE - DOCUMENTOS - INSUFICIÊNCIA COMPROVADA - BENEFÍCIO DEFERIDO - OBRIGAÇÃO DE FAZER - SUSPENSÃO DE CONTRATO DE OI TV - DEFEITO NA INFORMAÇÃO PRESTADA AO CONSUMIDOR QUANDO DA CONTRATAÇÃO - DANOS MORAIS - FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO - MERO DISSABOR - DANOS MORAIS - INEXISTÊNCIA - HONORÁRIOS SUCUMBENCIAIS - ARBITRAMENTO - ADEQUAÇÃO. O art. 5º, LXXIV, da CR, determina que o Estado preste, aos que comprovarem insuficiência de recursos, a assistência jurídica integral, garantindo, assim, o acesso de todos ao Judiciário. Comprovando a parte recorrente que aufera rendimentos inferiores a três salários mínimos, impõe-se o deferimento da gratuidade judiciária. O dano moral só se configura quando atingidos os atributos da personalidade da pessoa física ou jurídica, em razão de menoscabo, humilhação, ofensa à honra etc. A falha do serviço consistente na informação defeituosa que levou à contratação viciada, sem a prova de maiores repercussões na vida do consumidor, configura mero descumprimento contratual e não é suficiente para ensejar danos morais indenizáveis. Se os honorários advocatícios sucumbenciais foram adequadamente arbitrados em primeira instância, considerando o grau de zelo do profissional, o local da prestação do serviço e o tempo exigido na defesa dos interesses da parte, não há que se falar em sua majoração. Recursos não providos.

(TJ-MG - AC: 10145150385907001 MG, Relator: Manoel dos Reis Moraes, Data de Julgamento: 30/10/2018, Data de Publicação: 09/11/2018)

O Juiz no caso em comento reconhece a relação jurídica dos contratantes, reconhecendo vínculo entre as partes mediante contrato de adesão, prestação de serviço de banda larga, reconhecendo o fornecedor responsável pela falha na prestação de serviço.

Foi-se constatado que os reclamantes teriam contratado internet Velox de 5 MB e estariam recendo apenas 1.54 MB, o que perante o CDC é uma prática abusiva do fornecedor, pois o fornecedor tem o dever de disponibilizar 80% no mínimo de velocidade de internet contratada (ANATEL, Resoluções 574 e 575/2011), configurando assim, uma falha na prestação do serviço, como também a má-fé da prestadora de serviço.

Julgando assim parcialmente deferido, improcedente ao pedido de danos morais, onde se constatou que houve falta de interpretação do consumidor ao ler o contrato, achando que determinados serviços seriam gratuitos, e não eram, como também o descumprimento contratual por parte da fornecedora de serviços, ao fornecedor serviço inferior ao contratado, obrigando a empresa contratada a ressarcir o consumidor todos os valores pagos.

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO ORDINÁRIA - CONTRATO DE PLANO DE SAÚDE - CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - APLICABILIDADE - RESSONÂNCIA NUCLEAR MAGNÉTICA DA COLUNA CERVICAL - EXAME RECOMENDADO PARA MELHOR ELUCIDAÇÃO DIAGNÓSTICA - NEGATIVA DE COBERTURA INDEVIDA - DANO MORAL CONFIGURADO -QUANTUM INDENIZATÓRIO - MAJORAÇÃO - POSSIBILIDADE. É abusiva a negativa de cobertura de exame recomendado para melhor elucidação diagnóstica, uma vez que restringe obrigações inerentes à natureza do contrato, além de frustrar a expectativa da contratante, que é a de ter plena assistência à sua saúde quando dela precisar. A propósito da configuração do dano moral, decorrente da recusa dos planos de saúde em cobrir determinados procedimentos com base em interpretação de cláusulas contratuais, o STJ firmou posicionamento no sentido de que a negativa de cobertura, nessas hipóteses, enseja dano moral. Conquanto o arbitramento do valor da indenização por dano moral seja de livre arbítrio do julgador, admite-se a sua majoração visando atender ao caráter punitivo-pedagógico da condenação, tendo em vista as condições econômicas do ofensor, desde que não implique enriquecimento sem causa do ofendido.

(TJ-MG - AC: 10000180043176001 MG, Relator: José de Carvalho Barbosa, Data de Julgamento: 17/04/0018, Data de Publicação: 19/04/2018)

No caso em apreço, foi-se efetuada ao reclamante uma negativa de cobertura de plano de saúde indevida, sendo considerada abusiva tal negativa por se tratar de obrigação inerente à natureza do contrato de adesão celebrado entre as partes.

A parte contratante solicitou uma ressonância nuclear magnética da coluna cervical, fato este que a empresa contratada negou o provimento do mesmo alegando que não constava tal serviço em cláusulas do contrato de prestação de serviço.

Foi configurado dano moral, pois a parte contratante obteve uma negativa quanto o serviço contratado, sendo que este fazia parte do contrato, sendo da mesma natureza jurídica.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do Código de Defesa do Consumidor é equilibrar as relações jurídicas de consumo, tendo como base o princípio da boa-fé objetiva, em virtude da vulnerabilidade do consumidor em face do fornecedor, procurando cumprir a função social dos contratos.

Devido ao crescimento do mercado de consumo, viu-se a necessidade de padronizar contratos para facilitar assim a circulação de bens e serviços, criando-se assim, o contrato de adesão, que, em virtude de suas cláusulas pré-estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor, se tornou o principal meio de práticas abusivas contra o consumidor em uma relação jurídica de consumo.

Com base no estudo proposto, percebe-se que, apesar da evolução doutrinária, da facilitação do acesso à justiça, existem inúmeros casos em que os consumidores ainda são vítimas dessas práticas abusivas dos fornecedores.

É importante que o consumidor se conscientize a respeito de seus direitos, não se conforme e busque a justiça, uma vez que o Código de Defesa do Consumidor reconhece sua vulnerabilidade e lhe garante os direitos básicos em uma relação consumerista.

Contudo, ainda se faz necessário um combate contra a incidência de cláusulas abusivas, para que não sejam criadas. Sendo impostas condenações em pecúnia para os casos em que haja a constatação de práticas abusivas, para que assim possam ser respeitados os princípios básicos para a formação de um contrato, bem como em especial o princípio da boa-fé de ambas as partes contratantes e da igualdade contratual.

Através dos julgados do TJMG percebe-se que o tribunal adota medidas de equidade entre as partes contratantes, com na base na proteção do consumidor, mas também não deixando de apreciar o caso concreto e julgar de forma adequada as relações de consumo.

É cediço dizer, que buscando a real efetivação do contrato, o TJMG julga procurando fazer com que as partes entrem em acordo da melhor forma, com intuito de preservar o contrato, mais sempre com justiça.

O desenvolvimento do presente trabalho possibilitou uma análise dos julgados do Tribunal de Justiça de Minas Gerais. Conclui-se, portanto, que apesar do CDC

declarar a presunção da vulnerabilidade dos consumidores, o tribunal julga o caso concreto, com o objetivo de manter o equilíbrio entre as partes contratantes e a efetivação do contrato.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ANATEL, Agência nacional de Telecomunicações. **Resoluções 574 e 575.2011**. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2011/57-resolucao-574>>

BENJAMIN, Antônio Herman V. **Manual de direito do consumidor**. 4. ed. São Paulo: RT, 2012.

BENJAMIN, Antônio; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor – comentado pelos autores do anteprojeto**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1998, apud EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004.

BEVILAQUA, Clovis. **Código Civil dos Estados Unidos do Brasil Comentado**. 4. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1934.

BONATTO, Cláudio. **Código de Defesa do consumidor: Cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo**. 2. ed. rev. atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>

BRASIL. **Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406Compilada.htm>

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de Setembro 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>

CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de Direito do Consumidor. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

COELHO, Fabio Ulhoa. O empresário e os direitos do consumidor. São Paulo: Saraiva: 1994.

DINIZ, Maria Helena. Compêndio de introdução à ciência do Direito. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

DINIZ, Maria Helena. Código Civil Anotado. 14. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2009.

DINIZ, Maria Helena. Curso de direito civil brasileiro. vol. 3. São Paulo: Saraiva, 2008.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. Proteção ao consumidor: conceito e extensão. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

EFING, Antônio Carlos. Fundamentos do direito das relações de consumo. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direitos do Consumidor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direitos do consumidor. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FONSECA, João Bosco Leopoldino. Cláusulas abusivas nos contratos. Rio de Janeiro: Forense, 1993.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor**. 6. ed. Niterói: Impetus, 2010.

GOMES, Orlando. **Contratos**. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito das Obrigações, Parte Especial: Tomo I, Contratos**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

GRINOVER, Ada Pelegrini. [et al]. **Código de Defesa do Consumidor: Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 10. ed. Revista, atualizada e reformulada. vol. I, Direito Material. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

GRINOVER, Ada Pellegrini, Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin, Daniel Roberto Fink, José Geraldo Brito Filomeno, Kazuo Watanabe, Nelson Nery Júnior e Zelmo Denari. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

LOPES, Miguel Maria de Serpa. **Curso de Direito Civil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1991.

MARQUES, CLAUDIA LIMA. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: RT, 2013.

MARQUES, Claudia Lima e Cavallazzi, Rosângela Lunardelli. **Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito**. ed. Revista dos Tribunais. vol. 29. São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor. O novo regime das relações contratuais**. 4. ed. São Paulo: RT, 2002.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

MIRAGEM, Bruno. **Nulidade das cláusulas abusivas nos contratos de consumo: entre o passado e o futuro do direito do consumidor brasileiro**. Revista do Direito do Consumidor. N. 72. São Paulo, 2009.

MONTEIRO, Washington de Barros. **Curso de Direito Civil: Direito das Obrigações**. 2^a parte. 35. ed., rev. e atual. por Carlos Alberto Dabus Maluf e Regina Beatriz Tavares da Silva. São Paulo: Saraiva, 2007.

NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro do. **Responsabilidade Civil no Código de Defesa do Consumidor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Aide, 1991.

NERY JR., Nelson et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: Comentado pelos autores do anteprojeto**. 10. ed. Revista, atualizada e reformulada. Rio de Janeiro: Forense, 2011. vol. I. Direito material (arts. 1º a 80 e 105 a 108).

NORONHA, Fernando. **O Direito dos Contratos e Seus Princípios Fundamentais**. São Paulo: Saraiva, 1994.

NUNES, Luis Antônio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

NUNES, Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. ed. rev. mod. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

RIPERT, Georges, apud SCHMITT, Cristiano Heineck. **Cláusulas Abusivas nas Relações de Consumo**. 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008.

ROCHA, Sílvio Luiz Ferreira da. **Responsabilidade Civil do Fornecedor pelo Fato do Produto no Direito Civil Brasileiro**. São Paulo: RT, 1993.

STJ - REsp: 237964 SP 1999/0102373-4, Relator: Ministro RUY ROSADO DE AGUIAR, Data de Julgamento: 16/12/1999, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 08.03.2000 p. 127 RJADCOAS vol. 7 p. 29 RSTJ vol. 134 p. 411 RT

vol. 779 p. 208 SJADCOAS vol. 97 p. 49. Disponível em:
<<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/367024/recurso-especial-resp-237964-sp-1999-0102373-4>>

TARTUCE, Flávio e Daniel Amorim Assumpção Neves. Manual de direito do consumidor: direito material e processual. 3. ed. São Paulo: Método, 2014.

TJ-MG – AC: 10000170741672001 MG, Relator: José Augusto Lourenço dos Santos, Data de Julgamento: 05/03/2018, Data de Publicação: 14/03/2018.

TJ-MG - AC: 10145150385907001 MG, Relator: Manoel dos Reis Moraes, Data de Julgamento: 30/10/2018, Data de Publicação: 09/11/2018.

TJ-MG - AC: 10000180043176001 MG, Relator: José de Carvalho Barbosa, Data de Julgamento: 17/04/0018, Data de Publicação: 19/04/2018.