DOS CONTRATOS DE ADESÃO

Autor(res)

Tatiana Estér Thainá Morais Da Silva
Maicon Fuad Silva Gomes
Mikaella Dryely Oliveira Da Cruz
Sandra Gonçalves De Oliveira
Maria Eduarda De Oliveira Ribeiro
Jailson Ramos Dos Santos
Fabiano Francis Oliveira Mendes Pereira

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE VALPARAÍSO DE GOIÁS

Introdução

A presente pesquisa tem por finalidade explanar sobre a modalidade de contratos de adesão, conhecido como contrato de massa, bem como analisar suas vantagens e desvantagens – tanto para o contratante como para o contratado –, o porquê da sua criação, a comodidade, seus aspectos e dispositivos para uma revisão por um terceiro imparcial, que reze o poder judiciário. Buscará tratar da relevância da revisão contratual, a importância antes de aderir qualquer contrato oneroso e bilateral, sendo fundamental ler, entender e por fim realizar um contrato de adesão. Os contratos precisam ser legais (conforme estipulação em lei ou não defesa em lei), executável, tendo por base o princípio da probidade e boa-fé respeitando as leis e os princípios legais.

Objetivo

Pretende-se demostrar a necessidade de se observar o devido processo legal. Os contratos de adesão ou contratos de massas tem como finalidade economizar tempo, recursos financeiros por se tratar de um contrato pronto elaborado pela empresa que ofertará seus serviços ou produtos. E o consumidor a parte hipossuficiente.

Material e Métodos

A pesquisa dar-se-á através de revisão bibliográfica com o objetivo de demonstrar o momento da realização contratual entre as partes contratantes, bem como o fator emoção do aderente, por se tratar da parte frágil do negócio jurídico e terá como fonte de pesquisas, livros, periódicos, artigos científicos, legislação brasileira vigente, dissertações de mestrados e doutorados. Para isso, relacionar-se-á, artigos dos últimos cinco anos e livros que compreendam um intervalo no mesmo lapso de tempo que permitam um escalonamento de informações pesquisadas.

Resultados e Discussão

O contrato de adesão foi criado em 1855 pelo doutrinador francês Raymond Saleiles. E conceituou como

abrangência das relações contratuais. Segundo Laura Albertacci (ALBERTACCI, 2020), “o Contrato de Adesão, é um contrato que comumente é utilizado por empresas na oferta de seus produtos ou serviços”. Nesse modelo de contrato, é utilizado um contrato padronizado, que deve ser formulado de acordo com a forma de projeção desse negócio, não existe negociação entre cliente e contratado quanto às condições. Muitos são os momentos do contrato de adesão seja na cobrança da conta de energia, água, planos telefonicos, na compra de carro, imóveis, de alguma maneira muitos já passaram por esse momento, destacando-se a importância de estar atento para os possíveis abusos contratuais e má-fé da parte contratada, bem como outros dispositivos que possam contaminar o contrato desequilibrando a relação entre empresa e o consumidor.

Conclusão

O contrato de adesão como ferramenta facilitadora de produtos ou serviços de empresas, já vem pronto, não discutido pelas partes, com o objetivo de dinamizar o trabalho. Por outro lado, o consumidor ao analisar que houve algum tipo de irregularidade poderá provocar o judiciário, que já tem entendimento que o consumidor sempre será a parte hipossuficiente e a empresa não poderá simplesmente alegar que o consumidor assinou e logo aceitou as obrigações contratuais.

Referências

ALBERTACCI, Laura. Contratos de adesão. 2020. ALBERTACI ADVOCACIA. Disponível em: <https://albertacci.com.br/blog/infoprodutos-marketing-digital-e-contratos-de-adesão-highlight=WyJkaWdpdGFsIiwiY29udHJhdG9zIiwiaW5mb3Byb2R1dG9zIiwibWFya2V0aW5nIiwiY29tbyIsInByb3RlZ2VyIiwibWluaGEiLCJlbXByZXNhIl0=>. Acessado em: 04 abr. 2024.
BRASIL. Lei nº 10.406, 10 de janeiro de 2002. Código Civil.