

O CONTRATO POR ADESÃO COMO ELEMENTO DE INCLUSÃO SOCIAL? UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DA ECONOMIA FAMILIAR

João Paulo Simões de Siqueira*

Resumo: A presente pesquisa fundamenta-se nas diretrizes de interdisciplinaridade e complementação de saberes e aborda questões referentes ao contrato por adesão não como um instituto estritamente jurídico, mas também como um elemento econômico, social e dialético. Objetiva entender e questionar como essa forma de contratação, fundamental nas transações comerciais contemporâneas, apresenta-se como um real instrumento de concretização do consumo familiar e de inclusão social ou, em verdade, representa um elemento da mercadoria, assimétrico e impositivo de interesses econômicos.

Palavras-Chave: Contrato por adesão, consumo, inclusão social.

¿EL CONTRATO POR ADHESIÓN COMO ELEMENTO DE INCLUSIÓN SOCIAL? UN ANÁLISIS BAJO LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA FAMILIAR.

Resumen: La presente investigación se fundamenta en las directrices de interdisciplinaridad y complementación de saberes y aborda cuestiones referentes al contrato por adhesión no como un instituto estrictamente jurídico, sino también como un elemento económico, social y dialéctico. Objetiva entender y cuestionar cómo esta forma de contratación, fundamental en las

* Graduado em Direito pela Universidade Católica de Pernambuco, Especialista em Direito do Estado pela Universidade Anhuera – Uniderp, Mestre em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social pela Universidade Federal Rural de Pernambuco. Advogado, Professor e Pesquisador.

transacciones comerciales contemporáneas, se presenta como un real instrumento de concreción del consumo familiar y de inclusión social o, en verdad, representa un elemento de la mercancía, asimétrica e impositiva de intereses económicos.

Palabras Clave: Contrato por adhesión, consumo, inclusión social.

INTRODUÇÃO



Teorema de Godel determina que “*não existe sistema formal de conhecimento que contenha em si mesmo a sua norma de não contradição*” (apud GHELEN, 2005, p.22), desta maneira, não se pode analisar qualquer ciência ou conhecimento, sejam eles jurídicos, econômicos, sociais, humanos, exatos, empíricos ou não, como sistemas fechados e blindados a outras formas de conhecer o mundo.

É fundamental termos a consciência que o Direito é um saber aberto e interativo, que não nasce e desenvolve-se sozinho, imune a influências e perspectivas externas. Além disso, só pode ser efetivamente entendido e alcançar seus objetivos se utilizar os embasamentos e orientações de outros campos do saber.

É a reafirmação das ideias de complementariedade, interação, interdependência e coordenação que regem a(s) ciência(s) e, dessa maneira, questões jurídicas, econômicas, culturais, sociais e antropológicas atuam juntas na construção do conhecimento científico. Dessa forma, não podemos preferir as diferentes, opostas e conflitantes abordagens teórico-metodológicas entre os diferentes campos do saber.

Por questões metodológicas, neste breve trabalho, foram utilizados alguns conceitos básicos da economia familiar como inclusão social, políticas públicas, cidadania, processos

de produção, consumo e classes sociais para promover uma vinculação e um diálogo entre o contrato por adesão com elementos e conceitos da contraditória e dinâmica sociedade capitalista, componentes que também a integram e a configuram, aparecendo como ideias plurais e muitas vezes opostas, mas que complementam-se e constituem o mesmo sistema.

DIREITO CONTRATUAL E CONSUMO

O conceito de consumo era simples e direto, não necessitava de maiores especificações, era autoexplicativo. Em sociedades não capitalistas, o ato de consumir estava vinculado predominantemente a uma produção para o consumo familiar, o que se reproduziu, na sociedade capitalista, em alguns setores da classe trabalhadora como o campesinato.

Já no século XX, na fase do capitalismo tardio (MANDEL, 1992), o desenvolvimento industrial e tecnológico, a massificação da produção de bens e o avanço da globalização dos mercados, transformaram o ato de consumir num fenômeno social e coletivo, tornando-se um elemento cultural, é a criação e configuração da sociedade de consumo.

Nesse processo, a realidade da produção-consumo apresenta-se diferente, surgiram novos termos e conceituações para complementá-lo: consumo consciente, consumo responsável, consumo sustentável, consumo conspicuo, práticas de consumo e consumismo, são os reflexos da dinâmica capitalista, baseada na produção-consumo-distribuição-circulação-descarte e resultados do desenvolvimento econômico, social e cultural, também compreendidos como formas do desenvolvimento humano.

Na perspectiva dos estudos do consumo, a interdisciplinaridade apresenta múltiplas possibilidades de abordagem das relações sociais e constituição dos seus objetos de estudo. Em melhores termos, permite desafios vindos de outros campos do

saber, no nosso caso, do Direito, onde as mediações dessas relações, desde uma perspectiva dialética, ampliam a compreensão das relações de consumo no capitalismo contemporâneo.

Dessa maneira, o contrato por adesão, apresentado como um componente “alheio” e “externo” à mercadoria objeto do desejo, deve ser entendido como um elemento integrado à aquisição e uso desse bem de consumo. Como explica Haiine Nozaki, ao referir-se ao consumo que, como a produção, é um dos elementos que compõem a totalidade num contexto de relações mediatas, nesse processo, a produção não só cria o consumo “...*mas determina também seu caráter de acabamento, ou seja, o objeto criado determina a forma ou modo a ser consumido ...*” (NOZAKI, 2008, p. 8).

Os desafios da compreensão desse processo, estimula pesquisas que objetivam entender de que maneira o contrato por adesão, elemento não estritamente jurídico, mas também econômico e social, atua, interfere, direciona e estimula as práticas de consumo das famílias em nossa sociedade contemporânea.

Daí o propósito de compreender o modo pelo qual esse instrumento legal transforma-se num elemento relevante do consumo social e massificado, apto a promover realizações pessoais e sociais nos/nas consumidores/as.

Por hora, é importante apenas entender que o contrato por adesão ultrapassa a esfera estritamente legalista, e deve ser entendido também como um elemento humano, negocial, social e econômico, integrante dos bens de consumo, utilizado desde os primórdios para promover a troca de bens e produtos e hoje também impregnando os sentimentos e desejos que envolvem a cultura do consumo na atualidade.

Na sociedade hodierna, assume papel relevante e atua como um elemento que, além de simplesmente possibilitar e estruturar as negociações comerciais massificadas, estimula o intercâmbio livre de bens e valores, sendo um instrumento im-

prescindível de realização pessoal, concretização das práticas de consumo, pertencimento e inserção social pelo ato de consumir, porém apresentando-se também como um instrumento de imposição de interesses econômicos.

CONTRATO POR ADESÃO

A tradição clássica¹ estabelecia que a relação contratual caracterizava-se como um negócio jurídico firmado entre partes em situação de igualdade e com liberdade para estabelecerem a forma e o conteúdo daquele acordo de vontades². Porém, as transformações sociais, jurídicas, produtivas e principalmente econômicas alteraram essa concepção contratual individualista e paritária.

A produção de bens aumentou, a noção de igualdade formal entre os contratantes foi superada, monopólios empresariais foram construídos e o consumo tornou-se massificado, fatores que impuseram ao Direito a necessidade de apresentar um instrumento capaz de reger essa nova realidade.

Cientes que o Direito é também e principalmente uma construção humana, portanto histórica, o Ordenamento Jurídico, para dar respostas, possibilidades e soluções adequadas a essa nova realidade capitalista, produtiva e consumista, apresenta uma nova espécie de contratação, homogênea, célere, impessoal e capaz de abarcar as necessidades da vida moderna e dos interesses produtivos e consumistas. São os contratos por adesão, explicados por Cláudia de Lima Marques:

Na sociedade de consumo, com seu sistema de produção e de

¹ Essa teoria contratual foi proposta e aceita pelo Estado Liberal diante de seus preceitos de liberdade individual e livre iniciativa, que posteriormente foi complementada e substituída pelas ideias do Estado Social, embasadas pelos ideais de dignidade da pessoa humana e função social do contrato.

² Importante lembrar que o acordo de vontades, declaradas e convergentes (consensualismo) é o principal elemento constitutivo do contrato para a teoria de formação contratual da tradição jurídica europeia continental, que influencia e conduz os ordenamentos jurídicos latino americanos.

distribuição em grande quantidade, o comércio se despessoalizou e os métodos de contratação em massa, ou estandardizados, predominam em quase todas as relações contratuais entre empresas e consumidores, neste contexto, destacam-se os contratos de adesão. (MARQUES, 2012, p. 50).

A Revolução Industrial e a introdução da máquina ao processo produtivo e posteriormente o surgimento da cadeia de montagem fordista, possibilitaram a fabricação de bens e mercadorias em série, o que trouxe como consequência a expansão e massificação da produção industrial de mercadorias, possibilitando o crescimento do mercado de consumo e a expansão cada vez maior das transações capitalistas de produção e as relações de trocas nacionais e internacionais, configurando-se, desta forma, a sociedade de consumo contemporânea.

Importante salientar que esse processo de desenvolvimento e expansão provocou a denominada demanda induzida, elemento que constitui mais uma característica da era da sociedade de consumo (BOUDRILLARD, 1995; MANDEL, 1982), pois não são mais as necessidades humanas que determinam e direcionam a produção de bens.

O panorama foi invertido, novas necessidades são criadas pelo sistema produtivo, que determinam previamente o que vai ser produzido e cria nos/nas consumidores/as a “necessidade” de consumo desses bens. Representa o processo de produção, intercâmbio, distribuição e de consumo que também contribui para o surgimento e expansão do contrato por adesão como mais um elemento do capitalismo contemporâneo.

O arquétipo do contrato estabelecido pela teoria clássica, de uma contratação firmada entre partes iguais, elaborado de maneira paritária e recíproca, de cumprimento imediato, denominado de contrato perfeito, não representa o modelo contratual do mundo contemporâneo, configurado como uma era de consumo massificado.

Passa a vigorar uma quase total despersonalização nas relações de consumo, com novas formas de contratação, estan-

dardizadas e massificadas, típicas da economia capitalista e que permitem a realização idêntica e simultânea de milhares de contratações.

As empresas sentiram a necessidade de vender com rapidez e em larga escala, e esta necessidade permitiu criar uma ferramenta (negocial e jurídica) que integrasse a mercadoria/bem e viabilizasse o consumo em massa das mesmas. Surge assim, nesse momento histórico do processo capitalista de produção o contrato por adesão.

A adesão como forma de validação das contratações tem suas raízes históricas no Direito Romano, evidente que sofreu alterações em sua estruturação ao longo da história e a forma que se apresenta hoje é totalmente distinta das perspectivas romanas. Dessa forma, importante ressaltar que o contrato por adesão, que será aqui analisado, é o que atua nas contratações na esfera do consumo massificado contemporâneo.

Neste breve trabalho, tratamos apenas das contratações por adesão no âmbito do Direito do Consumidor, dessa forma, não nos detemos nas contratações firmadas entre particulares, que também podem ser formalizadas por adesão, mas que não são a regra, pois normalmente essas relações são concretizadas através do contrato paritário, cujas cláusulas e estipulações são elaboradas de comum acordo³ entre as partes contratantes, havendo a possibilidade de convenção e deliberação acerca do conteúdo da negociação, atividades impensadas nas contratações por adesão.

É fundamental o esclarecimento que o contrato por adesão não é uma espécie contratual como a compra e venda, locação ou comodato, mas sim uma maneira de expressão da “vontade do contratante” para a efetivação e concretização da negociação, que se materializa contemporaneamente na transação

³ Esta espécie de contratação é denominada de “gré a gré” pelo Código Civil da província de Québec no Canadá, que mesmo sendo um país participante do Common Law possui estados que adotam os preceitos do Sistema Jurídico Francês, devido ao processo de colonização.

livre de um bem/mercadoria.

Representa, em verdade, uma técnica de formação contratual, podendo ser aplicada em qualquer categoria de contrato, sempre que for desejada a rapidez em sua concretização e houver a possibilidade de imposição da vontade de uma das partes, podendo ser escrito (formal), verbal, oral, cibernético e até mesmo gestual.

É justamente o ato de aderir que tem o poder de transformar e definir uma negociação como um típico contrato por adesão, pois antes dessa etapa, o instrumento é apenas um contrato com cláusulas predispostas, tecnicamente não pode ainda ser chamado de contrato por adesão.

Como prosseguimento em nossa linha de raciocínio, é necessário apresentar uma conceituação do contrato. Evidente que temos a consciência que qualquer tentativa de elaboração de um conceito é tarefa complexa, pois traz consigo a visão de mundo e conceitos prévios, sobretudo quando tratamos de elementos humanos e sociais, que estão em constante processo de construção e significação.

Assim sendo, compreendemos o contrato por adesão como a contratação cujas cláusulas são preestabelecidas, redigidas e ditadas de forma unilateral por uma das partes (fornecedores e empresários/as), sem que a outra parte contratante (consumidores/as) possa discutir ou alterar substancialmente o conteúdo da contratação.

Cabe a esta, a mera aceitação (adesão) ao que foi disposto ou a não efetivação do contrato e conseqüentemente da negociação ali estabelecida. É a diretriz estabelecida pelo Código de Defesa do Consumidor brasileiro em seu artigo 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.

Já o Estatuto do Consumidor colombiano (Lei

1.480/2011) estabelece que “Contrato de adesão é aquele em que as cláusulas são predispostas pelo produtor ou provedor de serviços, de maneira que o consumidor não pode modificá-las, nem pode fazer outra coisa que aceitar ou recusar”.

Nessa mesma linha de raciocínio, o Código Civil Italiano, em seu artigo 1341, enuncia o contrato por adesão como aquele em que *“as cláusulas são predispostas por somente um dos contratantes, de maneira que o outro não pode modificá-las, nem pode fazer outra coisa senão aceitar o conteúdo ou recusar o contrato”*, ação que permitiria a posse, o uso e usufruto do bem/mercadoria. De maneira semelhante, Roberto Ruiz estabelece o seguinte conceito:

O contrato por adesão é aquele que é formado por cláusulas predeterminadas, elaboradas e redigidas por apenas uma das partes, carecendo o aderente da possibilidade de discutir ou modificar seu conteúdo. (RUIZ, 2012, p.185).

Para Joaquim de Souza Ribeiro, as contratações por adesão, de maneira contrária aos contratos paritários, perfeitos ou negociáveis, podem ser conceituadas como “a contratação efetivada pela conformação unilateral dos ditames de uma das partes, que exclui a autodeterminação do aderente, fundamentada pela disparidade do poder negocial” (RIBEIRO, 2007, p. 265).

No Capital, no capítulo terceiro, referente à mercadoria, Karl Marx (MARX, 2010), preconiza que a relação jurídica – leia-se o contrato – é uma relação de vontade (consentimento), o vínculo jurídico, em realidade, apenas reflete a relação econômica entre as partes que, numa sociedade capitalista de consumo massificado, normalmente estão em situações de ampla disparidade jurídica, econômica, cognitiva e social, daí a possibilidade de uma delas ter a prerrogativa e possibilidade de impor a outra os seus interesses. Dessa maneira, o contrato, em verdade, representa uma relação dialética entre classes e as diferentes frações e estratos sociais que as compõem.

Percebe-se que, nessas contratações, o negócio jurídico

não é resultado de um real e efetivo acordo de vontades livremente firmado pelos contratantes, ideia fundamental do sentido de liberdade contratual, conceito jurídico que merece ser melhor explicado: Em termos técnicos, liberdade de contratar é a possibilidade, a autonomia de firmar, ou não, a negociação, já a liberdade contratual (autorregulação) é a possibilidade de construir paritariamente o conteúdo contratual.

Em realidade, o que existe é uma imposição unilateral da vontade e dos interesses de uma das partes sobre a outra, as vantagens do empresariado industrial, comercial, banqueiros e das grandes empresas privadas prestadoras de serviços, em termos nacionais e transnacionais, que tendem a promover uma uniformidade, igualação e despersonalização nas relações sociais de consumo, tornando os indivíduos anônimos, imersos na massa de consumidores/as.

É uma estrutura de relações assimétricas, desiguais, contraditórias e daléticas, resultante da história da formação das sociedades capitalistas, que na contemporaneidade globalizada, em que os avanços e inovações tecnológicas também se massificam, seus ciclos de crise tornam-se mais estruturais, originando essa complexa conjuntura jurídica, econômica, social e cultural, como ocorre nos dias atuais.

Em realidade, os contratos por adesão configuram-se e representam mais uma forma de imposição dos interesses do capital sobre os/as consumidores/as e sua autonomia volitiva. É a argumentação apresentada por Aníbal Alterini:

Não pode haver inocência numa relação negocial onde uma das partes estabelece os termos do contrato, fixa todas as suas cláusulas, e a outra (o consumidor), só tem a alternativa de aceitar o que foi disposto, de aderir a oferta. Evidencia-se que aí há um claro monopólio e sobreposição de benefícios, desaparecendo em absoluto a vontade real do contratante desfavorecido. (ALTERINI, 2014, p.125).

A metodologia de formulação dos contratos por adesão se expressa pela elaboração e imposição de cláusulas predispostas apresentadas num “contrato – formulário”, fator que não

se resume a uma mera forma de redação, vai mais além, representa a real determinação do conteúdo contratual imposto ao outro contratante, que diante de suas necessidades de consumo, sujeita-se e aceita o que foi proposto.

Assim, o contrato por adesão não é resultado de um consentimento livremente prestado pelas partes situadas num mesmo patamar de igualdade, como prega a “essência” e sentido da liberdade contratual, conforme vimos anteriormente. Na verdade representa uma imposição unilateral de vontade de uma das partes sobre a outra. Dessa forma, nessas condições, não se pode atribuir à adesão o valor de um real consentimento ou convergências de vontades, o que ocorre de fato é um assentimento, uma mera aceitação.

De certa maneira, assim é sedimentada a simbologia sobre as relações sociais e a dinâmica do capitalismo, que propõem a generalização do ato de consumir que, numa sociedade de consumo massificado, configura-se, também, pelas contratações por adesão, que se tornam elementos essenciais para sustentação dos preceitos capitalistas, que se baseiam de maneira substancial no consumo. É o que Marx chama de “Esfera da Circulação” (MARX, 1990, p. 47), como afirma Fernand Braudel:

A economia, à primeira vista, consiste em duas enormes zonas: a produção e o consumo, aqui tudo acaba e se destrói, ali tudo começa e recomeça....Uma sociedade não pode parar de produzir, tal como não pode parar de consumir. (BRAUDEL, 2005, p.72).

Em nossa sociedade capitalista contemporânea, também tratada como sociedade de consumo pela importância que o ato de consumir representa na sua dinâmica e estruturação, os contratos também ganham características específicas, caso do contrato por adesão.

Este tipo de contratação tornou-se basilar, indispensável e essencial, uma vez que viabiliza o uso-acesso-consumo de bens em escala universal, produzidos, porém, por um número

reduzido de empresas que se expandem mundialmente nos territórios e mercados dos diferentes países, mas suas matrizes são, preponderantemente, das nações que controlam a indústria, as finanças, as tecnologias e também as mídias.

Essas empresas são as chamadas multinacionais, as donas do grande capital internacional e as que constituem um dos principais elementos do sistema econômico contemporâneo, uma vez que possibilitam e viabilizam o fornecimento e utilização de bens e serviços de consumo de maneira coletiva e homogênea.

ECONOMIA FAMILIAR

Diante desse panorama, torna-se impossível analisar os temas referentes ao consumo sem tratar do consumo familiar em suas amplas variáveis, afinal, as primeiras experiências sociais, afetivas e interativas ocorrem no ambiente da família. Como primeiro centro de convivência, a família tem papel fundamental na formação e orientação do indivíduo, mas diante das perspectivas sociais contemporâneas, o que podemos entender por família?

O dicionário Novo Mundo estabelece que: “*família é o conjunto de pessoas que possuem grau de parentesco entre si e vivem na mesma casa formando um lar*”, é uma definição apresentada pela antropologia que se baseia na ideia de núcleo, claro que esse conceito é muito simplório e simplista diante das formas plúrimas que a entidade familiar assumiu na atualidade.

Não se pode compreender a família apenas como um grupo de pessoas que vivem juntas, normalmente comandadas por um homem, unidas pelo parentesco e com objetivos comuns, esse é um estereótipo que até poderia ser aceito há tempos atrás, mas hoje é totalmente incompleto e reducionista, essa noção não pode mais ser aceita como absoluta ou sequer admissível.

A realidade nos apresenta várias possibilidades para o entendimento de família: família matrimonial, monoparental, pluriparental, convivencial, adotiva, afetiva, homoafetiva, enfim, são possibilidades plurais e complementárias para o entendimento da estrutura familiar. Como afirma Maria Helena Diniz:

Deve-se, portanto, vislumbrar na família uma possibilidade de convivência, marcada pelo afeto e pelo amor, fundada não apenas no casamento, mas também no companheirismo, na adoção e na monoparentalidade. É ela o núcleo ideal do pleno desenvolvimento da pessoa. É o instrumento para a realização integral do ser humano” (DINIZ, 2015, p. 13).

Sendo o Direito historicamente elaborado por homens, com quase nenhuma participação das mulheres, fato que revela uma das expressões da sociedade patriarcal e também da sociedade de classes, o Ordenamento Jurídico está moldando-se às mudanças sociais e às conquistas civilizatórias de cidadania e políticas dos diferentes movimentos organizados na sociedade capitalista contemporânea.

Ou seja, vem modificando seus institutos, mesmo os mais consolidados e referentes. É o que ocorre com a doutrina jurídica do Direito de Família, que está sendo tratado pelas novas concepções como “Direito das Famílias”.

A alteração ortográfica sutil expõe uma forte alteração valorativa e conceitual da matéria, reconhece e incorpora os direitos de identidade e as opções de homens e de mulheres relacionadas aos direitos sexuais, bioéticos e reprodutivos. É a comprovação que em nossa sociedade contemporânea, a existência de casais não-heterossexuais que querem constituir uma família, está desvinculando-se de modelos rígidos e determinados, mostrando e comprovando a existência de famílias multifacetadas e plurais.

Não podemos deixar de admitir e considerar os vínculos com indivíduos alheios à família tradicional, mas que possuem laços muitas vezes mais fortes que os de parentesco sanguíneo

como os amigos, colegas de trabalho, vizinhos etc. Além de outros vínculos de afeto com pessoas que estão presentes no núcleo da família a título laboral como os empregados domésticos⁴, que são relações regidas e regimentadas por contratos de trabalho e suas consequências jurídicas, mas que, em realidade, constituem laços de sentimento com os integrantes da casa.

Outra importante consideração, desde a teoria sistêmica de Luhmann que afirma ser a sociedade composta por subsistemas sociais, e a família é um importante elemento desse contexto, pois interfere e direciona inúmeras atuações jurídicas, econômicas, semióticas, midiáticas, dentre outras. Assim sendo, a entidade familiar, seja ela qual for, é um meio de organização afetiva e também econômica, em que seus membros têm funções relacionadas a produção e ao consumo.

Dessa forma, é imprescindível considerar o consumo da entidade familiar como elemento extremamente relevante no âmbito econômico e social, pois mesmo um consumo tido inicialmente como “individual” reflete na coletividade familiar, que é alvo da mercadotecnia, em suas várias atuações.⁵

Ao tratar das necessidades humanas, é imperioso abordar o panorama apresentado por Abraham Maslow (MASLOW, 1962) sobre a questão, utiliza-se de perspectivas biológicas e psicológicas para apresentar uma teoria das necessidades como parâmetro para o entendimento das escolhas humanas com o objetivo de satisfação das necessidades individuais.

Estabelece uma tábua de necessidades, partindo das fi-

⁴ Estudos do DIEESE foram publicados no Jornal do Comércio na edição de 10.08.2014 retratando o perfil do trabalhador doméstico na região metropolitana do Recife, e expõem importantes questões referentes ao gênero, escolaridade, faixa etária e raça. Os números indicam que, na RMR, os trabalhadores domésticos são 94% mulheres, 52,5% possuem o ensino fundamental incompleto e 85,3% são negras.

⁵ De maneira ilustrativa, pode-se elencar como meios de atuação da mercadotecnia as questões referentes à publicidade, demanda induzida, interferência nas etapas de escolha do consumidor, a obsolescência programada, dentre outras.

siológicas, até chegar a necessidade de auto-realização, afirma que o indivíduo só busca a satisfação de uma necessidade posterior, somente após estar satisfeito (mesmo que minimamente) de uma necessidade anterior.

É uma questão que precisa ser analisada com cautela, uma vez que o ser humano é um ser plural e as necessidades individuais não podem ser tratadas de maneira universalizada, cada indivíduo, diante de seus anseios e necessidades sociais, sentimentais, psicológicas e econômicas cria e busca suprir suas necessidades momentâneas, que são extremamente voláteis e mutáveis.

A conceituação biológica de homeostase também é apresentada por Maslow para fundamentar sua teoria, entende que o comportamento do indivíduo é determinado por sua necessidade mais intensa, de acordo com a homeostase particular de cada um. Da mesma maneira que elementos químicos e celulares afetam os padrões corporais, questões externas também modificam a estruturação da homeostase comportamental humana, de maneira que as escolhas, prioridades e a hierarquização das necessidades de cada um são modificadas a todo momento.

E numa sociedade onde o consumo é supra valorizado e estimulado, qual a maneira mais clara e direta de suprir as necessidades individuais e sociais? Consumindo, acumulando bens e mais do que isso, expondo essa condição de possuidor. A estima é uma das necessidades apresentadas por Maslow, e ela nada mais é do que o reconhecimento e aprovação do próximo, do grupo ao qual o indivíduo pertence ou gostaria de pertencer.

Nesse contexto, questão que merece análise é o fato de estarmos vivenciando uma “generalização de necessidades”, está claramente presente em nossa sociedade a imposição do consumo, que está deixando de ser um ato individual para tornar-se uma ação coletiva, impessoal. Cria-se na sociedade a

ideia que o pertencimento a determinada classe social é alcançado e confirmado através do ato de consumir.

A dinâmica social e as relações de consumo da sociedade contemporânea fazem crer que o pertencimento a determinada classe social/estratificação social é alcançado e confirmado através do ato de consumir⁶. Contudo, este não se limita a apenas ter o bem/objeto do desejo, envolve e implica outros aspectos, a exemplo do contrato por adesão. Não basta ter o objeto, para usufruí-lo e assim poder inserir-se no grupo social ao qual deseja pertencer, há que aderir ao contrato por adesão para poder ativar seus aplicativos, por exemplo.

Em nossa sociedade, o processo de inclusão social baseia-se no consumo, na aquisição e acumulação⁷ de bens, fato que apresenta-se como mais uma contradição do sistema, pois o que é estimulado é o acesso a bens de consumo em sua expressão mais simplória, objetiva-se a criação de uma classe média não proprietária de bens produtivos, mas sim de bens exauríveis de maneira rápida. O consumo abastece apenas o sistema, mas a esmagadora maioria da população continua sendo composta de simples consumidores e trabalhadores não proprietários.

E a atual estruturação social baseia-se nisso, e a classe média, ou a “nova classe média”, é uma das mais relevantes variáveis desse contexto, pois é o eixo motriz da sociedade de consumo, devemos entender que, de maneira pragmática, é a classe média, em todas as suas nlevelações, que direciona o consumo contemporâneo.

Excetuando-se raros casos, independentemente dos índices econômicos, de planos econômicos e monetários, de excesso ou escassez de combustíveis, de planos de governo e

⁶ Ao tratar da estratificação social. Max Weber (1974, apud Lemos, 2016, p.9), explica a “a situação de classe, (sendo) em última análise a situação no mercado” .

⁷ O termo acumulação deve ser tratado com cautela, uma vez que é uma conduta que vem perdendo força na atualidade na medida em que as atuais práticas de consumo estão voltadas para a substituição, renovação e descarte de produtos.

metas fiscais, o rico continuará rico e o pobre continuará na margem da pobreza, é a parcela mediana que oscilará o consumo dentro de diversos panoramas.

É evidente que seria injusto não valorizarmos e reconhecermos a importância dos programas sociais de combate a pobreza realizados em nosso país, mas a realidade é que a efetiva mobilidade social, principalmente ascendente, é extremamente difícil e obstaculizada se não houver de maneira efetiva e compromissada a valorização da educação e do trabalho.

Lamentavelmente, em nossa sociedade atual, o conhecimento não é visto como um fator de poder, o que é valorizado de maneira real, pelo menos pela generalidade social, é a riqueza expressada pela posse de bens, a inserção e inclusão social é alcançada pelo consumo, mesmo pelos mais pobres, que por vezes estão em situação de quase miserabilidade, porém inseridos na cultura de consumo, claro que tratar de conscientização e esclarecimento para quem está com fome é incoerente, mas é uma questão que deve ser pensada.

Diante desse panorama, surge um questionamento relevante na temática aqui tratada: se o consumo é o caminho a ser seguido para a inserção e inclusão social, qual o instrumento apto para a efetivação dessa conjuntura? Seria possível entender o contrato por adesão como instrumento de uma política pública⁸ na concretização desse acesso à cidadania e à inclusão social?

De maneira inicial, a resposta simplista seria positiva, porém se adentrarmos na questão axiológica e dialética e na exploração de classes, essa possibilidade não deve ser tratada como um fator positivo, cabendo o questionamento se essa “inclusão” é realmente benéfica e a quem realmente interessa a promoção dessa “igualação social”, uma vez que não podemos,

⁸ Entender o termo “política pública” não só como uma ação estatal, partidária ou governamental, mas também como uma ação coletiva e normatizada por um sistema jurídico – econômico.

nem devemos almejar sermos todos “iguais”, as diferenças e particularidades são as características que tornam o ser humano – social um ser tão interessante e grandioso.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Sem maiores ênfases nas questões ontológicas, o materialismo determina que o mundo fático, exterior ao sujeito, existe independente de sua consciência, de maneira que devemos entender a dialética não apenas como uma construção humana, mas como o próprio movimento natural da realidade, seja ela, ontologicamente falando, do mundo inorgânico, orgânico e/ou social.

Trazendo o foco para a investigação científica, o método dialético aceita que os objetos e fenômenos estudados, sejam eles humanos, sociais ou naturais estão interligados, determinam-se e interagem mutuamente. Nesse movimento, estão em constante processo de conexão e interdependência, muitas vezes de maneira opostas e/ou contraditórias.

A realidade que vivemos e investigamos é viva e mutável, é o que assevera João Bosco Guedes Pinto:

Como a realidade objetiva está em movimento, (resultado das contradições que a constituem), a consciência que necessariamente a acompanha quase como seu ‘reflexo’, se encontrará em movimento, sendo também dinâmica e processual. (PINTO, 2014, p.50).

Cientes dessa realidade, a atual investigação será é conduzida pelo método histórico - dialético e propõe-se a investigar o contrato por adesão, objeto central da pesquisa, ultrapassando a análise meramente jurídica, para entendê-lo como um elemento relevante e essencial do bem de consumo – mercadoria na sociedade de consumo contemporânea.

O contrato por adesão será analisado sob a ótica da dialética de sua construção, como um elemento econômico, social e humano, cristalizador de forças de trabalho, construído por

contradições e interesses que vão além dos classicamente apresentados como segurança jurídica, facilitador de negociações e provedor de uma “igualação” negocial e social, representando, em verdade, uma síntese de relações sociais e humanas, de interesses opostos e contraditórios, que atua e conduz, de maneira relevante, os hábitos e perspectivas das relações familiares na atualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devemos ter a consciência que a verdade absoluta não existe e que o conhecimento científico está em constante processo de apreensão, compreensão e construção da realidade e da pluralidade que o constitui.

Não pretendemos, portanto, encerrar aqui as discussões acerca do tema e problemas em análise, nem oferecer definições concluídas, o propósito foi mostrar o quanto a questão tratada é relevante e merece ser discutida, debatida e repensada. Suas múltiplas determinações e mediações precisam ser conhecidas e compreendidas num processo crítico e de questionamento e mudança das práticas de consumo.

Diante dos conceitos e perspectivas apresentados, fica claro que o contrato por adesão mostra-se como elemento fundamental na sociedade contemporânea, é fruto e resultado do desenvolvimento e dos anseios sociais, produtivos e econômicos, atua como um elemento viável e necessário que possibilita e permite o intercâmbio de bens, valores e serviços, estimulando a cooperação e promovendo a maximização do bem estar dos consumidores⁹.

Mas como é um elemento multifacetado, também representa uma relação de disparidade entre os contratantes, é preciso ter a consciência que esse modo de contratar também apre-

⁹ Embora não seja pacífico na doutrina, neste trabalho, aceitar que as contratações por adesão são restritas às relações de consumo.

senta uma face reversa e dicotômica, pois dá a falsa ideia de que é um elemento que fortalece o consumidor no sentido de possibilitar a concretização de suas necessidades e desejos de consumo, quando na realidade é um instrumento utilizado pelo sistema econômico para estimular e direcionar o consumo.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTERINI, Atilio Aníbal. *Contratos Civiles. Comerciales. De consumo. Teoría general*. 2.ed. Buenos Aires: Editorial Abeledo Perrot, 2014.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Editora Edições 70, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. *A sociedade individualizada*. São Paulo: Editora Zahar, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1984.
- BRAUDEL, Fernand. *Civilização material, econômica e capitalismo – Século XV-XVIII*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2005.
- BUSTAMANTE, Laura Perez. *Los Derechos de la Sustentabilidad: Desarrollo, consumo y ambiente*. Buenos Aires: Editora Colihue, 2008.
- DESJEUX, Dominique. *O consumo: abordagens em Ciências Sociais*. Maceió: Editora Edufal, 2011.
- DUQUE-ARRAZOLA Laura S; THIOLENT, Michel J. M. (Orgs). João Bosco Guedes Pinto. *Metodologia, Teoria do Conhecimento e Pesquisa-Ação*. Editores: Farid Eid e Maria Jose. S Barbosa, Belém: UFPA, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.
- GEHLEN, Frank. *Perspectivas Filosóficas do Direito*. 2.ed.

- São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2005.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Ed. DP & A, 2006.
- MANDEL, Ernest. *A formação do pensamento econômico de Karl Marx*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1968.
- MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de defesa do Consumidor*. 5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.
- MARX, Karl. *O Capital*. 8.ed. São Paulo: Editora La Paz, 2010.
- MIAILLE, Michel. *Introdução Crítica ao Direito*. 2.ed. São Paulo. Editora dos Tribunais, 2012.
- NASCIMENTO, Dinalva Melo. *Metodologia do trabalho científico – teoria e prática*. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.
- NAVES, Marcio B. *Marxismo e Direito*. São Paulo: Editora Boitempo, 2000.
- NOZAKI, Haiime T. *A produção em Marx e a utilização do método materialista dialético para sua análise*. Trabalho necessário, ano 6, Nº 6, 2008.
- RUBIN, Isaac Illich. *Ensayo sobre la teoria marxista del valor*. 4. Ed. Ciudad de Mexico: Editora Siglo XXI, 1980.
- TINANT, Eduardo Luis. *Bioética jurídica, dignidad de la persona y derechos humanos*. Buenos Aires: Editora Dunken, 2. ed, 2011.