

DIREITO CONSUMERISTA: A PROTEÇÃO CONTRATUAL PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Kamila Martins Solon Ribeiro¹

Lyzia Menna Barreto Ferreira²

RESUMO

O presente artigo vem desenvolver a problemática do tema abordado, como não sendo algo de problema interno de um número limitado de pessoas, e sim fazendo parte do dia a dia de grande parte da sociedade, vez que estão todos passíveis de uma relação de consumo, que não há como sobreviver a não ser que englobe os direitos como consumidor de determinado produto exposto no mercado, tratando-se assim desde uma caixa de palitos de fósforo até um produto como bem, a casa própria. Sendo assim, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), visa a total proteção do consumidor, para que não haja lesões, danos materiais ou pessoais quanto a serviços ou produtos mediante contratação, podendo assim ter amparo total em leis e decretos determinativos sobre o assunto abordado.

Palavras - Chave: Direito do Consumidor. Proteção Contratual. Código de Defesa do Consumidor.

1 INTRODUÇÃO

Partindo desse pressuposto surge então, a necessidade de algo que garanta o bom funcionamento do produto ou serviço, obtido através de contratos, desse modo, o fornecedor ficaria impossibilitado sem poder alterar ou negligenciar estas que são partes do contrato bilateral entre as partes, sendo obrigatoriamente ser seguido o que há nos contratos ou não partindo deste o aproveitamento para que se alterasse.

Trazer de modo esclarecido quanto ao contrato de adesão de determinado

¹ Acadêmica do curso de Direito do Centro Universitário de Várzea Grande (Univag). Email: <kamilagabriela_14@hotmail.com>.

² Professora do Centro Universitário de Várzea Grande (Univag). Pós Graduada em Direito Civil e Direito do Consumidor UGF/RJ. Email: <lyzia@terra.com.br>.

serviço ou produto, com intuito de salientar a relevância do direito do consumidor, devendo ser classificada como a parte “mais vulnerável” da relação, podendo assim intervir de forma assegurada os meios de relação de consumo existente no âmbito jurídico e pessoal de todos aqueles que oportunizam dos milhares de serviços estabelecidos no meio social.

Os contratos proporcionam o surgimento de cláusulas que podem ser tidas como abusivas, pelo fato de serem geradas por apenas uma das partes, o que torna mais fácil a existência de cláusulas mais onerosas para a parte aderente.

Estas cláusulas trouxeram um grande inconveniente social, principalmente para as partes economicamente desfavorecidas, haja vista que deve existir equidade entre os contratantes como comprometimento bilateral.

Por aí se dá o meio de proteção de contratual pelo CDC, que ao ver do meio jurídico a necessidade de amparos para aqueles por um ou motivo ou outro, se viam lesados, sem lei ou qualquer tipo de proteção.

A finalidade do presente trabalho é a exposição da proteção contratual no âmbito de defesa do consumidor, aquela que por vezes não fora respeitada para com o consumidor, sendo assim, e nascendo assim, a necessidade da criação de lei, códigos e decretos no sentido de preservar os direitos básicos do consumidor, sendo este arrolado pelo direito básico contido no art. 6º do CDC.

A necessidade de uma proteção para o consumidor surgiu da imensa expansão do mercado de consumo, produtivo em larga escala, robustecido com suas fundamentações daqueles que detêm a maior capacidade econômica e financeira imperante, tendo havido a obrigação de forte intervenção estatal direcionada a estabelecer equilíbrio nas relações contratuais compactuadas, sobretudo ante a vulnerabilidade técnica do consumidor.

2 DO CONCEITO DE CONSUMIDOR E FORNECEDOR

A definição de consumidor é inteiramente clara e única na lei, onde se faz presente no artigo 2º do Código, pode ser caracterizado como o destinatário fático e econômico, não profissional, que se encontra no polo mais fraco da relação jurídica, o adquirente que deve relacionar-se com um profissional remunerado (fornecedor), numa perspectiva relacional.

Não só os consumidores padrões são tutelados pela lei, mas também todos

as pessoas envolvidas na relação de consumo, as vítimas do dano e, por fim, todos que forem expostos às práticas comerciais e ao ato da contratação.

Tendo em mente que um dos sujeitos da relação de consumo, é o consumidor, faz-se necessário também trazer à tona o conceito de fornecedor, cuja definição legal se encontra no artigo 3º do CDC.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 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 trabalhistas.”(BRASIL,1990)

Ao contrário do que ocorre com o conceito de consumidor, o de fornecedor não é constantemente discutido pelos autores, pode ser pelo de existirem muitas espécies de atividades econômicas.

No intuito de evitar maiores discussões, o legislador optou por conceituar produto, no código de defesa do consumidor, em seu artigo 3º,§1º como sendo “qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial”(BRASIL,1990) e serviço, no artigo 3º§2º como “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo”(BRASIL,1990).

3 DA PROTEÇÃO CONTRATUAL PROVENIENTE DO CDC

Dessa forma, surgiram as lições e traduções do Direito do Consumidor pelas disposições Constitucionais contidas no art. 5º, inciso XXXII, art. 170, inciso V e art. 48 do ADCT, robustecendo-se a tais normas o art. 1º do CDC.

Grande parte das normas jurídicas são prescritas pela legislação consumerista e possuem natureza de ordem pública, inderrogáveis e intangíveis, podendo-se inferir, mediante a edição do CDC, o que se denomina de “dirigismo contratual”, de modo que, a intervenção estatal, visando apenas “manter a ordem”, buscou proteger o consumidor, reconhecendo-o como parte sensível na relação.

Segundo o art. 1º do CDC, “o presente Código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos do art. 5º, inc. XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias”.

Com o estudo do CDC - Código brasileiro de Defesa do Consumidor, Lei nº8078/90, é possível compreender que a relação consumerista é aquela em que obrigatoriamente, exige a presença de um consumidor - pessoa que adquire produto ou serviço no âmbito mercantil, ou seja, destinatário final, e um fornecedor – que é o responsável pelo oferecimento e negociação destes fatores, sempre com intuito de lucro, direto ou indireto.

Desta relação, emerge um desequilíbrio natural entre as partes, sendo visível a fragilidade do consumidor quando da disputa com o fornecedor. O artigo 4º, inciso I do CDC, atesta que todo o consumidor é um agente econômico vulnerável face ao fornecedor, sendo esta limitação sentida em vários aspectos.

Recomenda o art. 46 do CDC, que “os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance”:

“Os princípios da teoria da interpretação contratual se aplicam aos contratos de consumo, com ressalva do maior favor ao consumidor, por ser a parte débil da relação de consumo. Podemos extrair os seguintes princípios específicos da interpretação dos contratos de consumo: a) a interpretação é sempre mais favorável ao consumidor; b) deve-se atender mais à intenção das partes do que à literalidade da manifestação de vontade; c) a cláusula geral da boa-fé reputa-se 1 In, Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 5 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998, p. 388. 38 IR. EMERJ, Rio de Janeiro, v. 14, n. 56, p. 32-56, out.-dez. 2011I insita em toda relação jurídica de consumo, ainda que não conste expressamente do instrumento do contrato (arts. 4, caput e n III, e 51, n IV do CDC); d) havendo cláusula negociada individualmente, prevalecerá sobre as cláusulas estipuladas unilateralmente pelo fornecedor; e) nos contratos de adesão as cláusulas ambíguas ou contraditórias se faz contra, em favor do aderente (consumidor), f) sempre que possível interpreta-se o contrato de consumo de modo a fazer com que suas cláusulas tenham aplicação, extraíndo-se delas um máximo de utilidade (princípio da conservação)”. (apud, NERY,2013)

O conceito contemporâneo ou pós-moderno de contrato e o direito do

consumidor. Os contratos coligados e os contratos cativos de longa duração apresentam que a vulnerabilidade do consumidor é cristalina no âmbito da relação contratual.

É praticamente impossível, encontrar um contrato que seja elaborado a partir da discussão de cláusula por cláusula, de uma avaliação cuidadosa e criteriosa das diversas consequências jurídicas da assinatura do documento. A maioria dos contratos é de adesão, ou seja, já vêm prontos, elaborados unilateralmente pelo fornecedor.

O consumidor não tem possibilidade real de modificar cláusulas e condições apresentadas, as quais, invariavelmente, procuram resguardar apenas os interesses econômicos do empresário. O papel de consumidor cinge-se a aderir e assinar o documento. Além disso, constantemente, são utilizadas palavras complexas, termos técnicos de difícil entendimento e compreensão.

O ideal, imaginando no início do século XIX (há duzentos anos), de que os homens são livres e iguais, e portando, capazes de cuidar dos próprios interesses financeiros, de escolher adequadamente o parceiro contratual, bem como de definir o conteúdo do contrato, foi desmentido pela realidade: as pessoas são diferentes e os economicamente mais fortes impõem em seus interesses nas mais diversas situações, principalmente no mercado de consumo.

Como reação, o Estado dos séculos XX e XXI assim expressamente a necessidade de editar leis para defender os vulneráveis e trazer um relativo equilíbrio as relações, conferindo ao princípio da isonomia caráter material. É nesse contexto que o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990) enfoca o contrato e protege a parte mais frágil: o consumidor.

A proteção do consumidor é hoje vista como norma de ordem pública, o que significa determinar que qualquer cláusula ou norma que eventualmente contravenha, afaste ou aniquile o direito do consumidor será reputada nula de pleno direito, não surtindo os esperados efeitos que recomendaram sua edição. Inegavelmente, a finalidade teleológica consumerista é exatamente o suprimento e incondicional garantia ao consumidor, compreendido como destinatário final do produto ou serviço disponibilizado.

A subsunção do CDC não afasta a aplicação do CC/2002, em diálogo das fontes, forma correta de se interpretar os contratos eletrônicos ou digitais no plano

legislativo. Em relação ao Código Civil, não se pode esquecer a regra do seu art. 425, segundo o qual é lícita a estipulação de contratos atípicos, aqueles sem previsão legal específica, incidindo a teoria geral dos contratos consagrada pela codificação geral privada.

Ato contínuo de estudo, como importante fenômeno da atualidade, os contratos cativos de longa duração, na feliz expressão de Claudia Lima Marques, são aqueles negócios que se consolidam de forma continuada no tempo, baseados na estrita confiança depositada pela partes por anos a fio. Vejamos as palavras da jurista a respeito da nova categoria:

“Trata-se de uma série de novos contratos ou relações contratuais que utilizam os métodos de contratação de massa (por meio de contratos de adesão ou de condições gerais dos contratos) para fornecer serviços especiais no mercado, criando relações jurídicas complexas, envolvendo uma cadeia de fornecedores organizados entre si e com uma característica determinante: a posição de ‘catividade’ ou ‘dependência’ dos clientes, consumidores”.(MARQUES, 2012, pg.47)”

A doutrinadora aponta a existência de outras denominações para o fenômeno, tais como contratos múltiplos, serviços contínuos, relações contratuais triangulares ou contratos de serviços de longa duração. Tais negócios são ainda denominados contratos relacionais, tema estudado por Ronaldo Porto Macedo Jr., em sua tese de doutorado. Vejamos o conceito desenvolvido pelo autor:

“Contratos relacionais, numa brevíssima e provisória definição (...), são contratos que se desenvolvem numa relação complexa, na qual elementos não promissórios do contrato, relacionados ao seu contexto, são levados em consideração significativamente frequente e clara. Esta natureza relacional da contratação é particularmente frequente e clara (porém não exclusiva) em contratos que se prolongam no tempo, isto é, em contratos de longa duração. Numa acepção ampla, contudo, todos os contratos são mais ou menos e jamais não relacionais ou descontínuos, como os denomino neste trabalho. O conceito de contrato relacional é, em sua dimensão descritiva, um tipo ideal que se contrapõe ao contrato descontínuo. Este último caracterizado pela pretensão de antecipação completa do futuro no presente, pela impessoalidade, por se constituir como unidade separada (ou descontínua) e por se apoiar na pressuposição de uma barganha instrumental, isto é, nele o acordo de vontades derivado da promessa é seu exclusivo núcleo de fonte obrigacional”.(MACEDO, 1998, pg.147)”

O que se percebe, portanto, é que nos contratos relacionais há um verdadeiro casamento negocial entre as partes, uma relação de confiança construída e consolidada.

A título de exemplo, pode-se citar um contrato entre banco e correntista mantido há muito tempo, cumprido rigorosamente dentro daquilo que foi pactuado entre as partes; um contrato de seguro de vida celebrado e pago pontualmente pelo segurado há décadas; os contratos de plano de saúde e de previdência privada.

Em casos tais, deve-se valorizar a conduta de confiança das partes, a boa-fé objetiva, depositada pelos participantes do negócio, conforme se depreende do seguinte julgado do STJ, publicado no seu Informativo n. 467, Conforme anexo 1.

Aliás, na linha do conteúdo desse último e fundamental precedente, na VI Jornada de Direito Civil, realizada em 2013, foram aprovados dois enunciados doutrinários importantes para a ideia contemporânea exposta neste tópico.

O primeiro deles preceitua que “a recusa de renovação das apólices de seguro de vida pelas seguradoras em razão da idade do segurado é discriminatória e atenta contra a função social do contrato” (Enunciado n. 542). O segundo expressa que “constitui abuso do direito a modificação acentuada das condições do seguro de vida e de saúde pela seguradora quando da renovação do contrato” (Enunciado n. 543). (SUPERIOR, 2011).

O Código Civil de 2002, igualmente ao seu antecessor, não tomou o cuidado de definir o contrato como categoria jurídica; cumpre mencionar que o atual codex brasileiro está pautado, entre outros, no princípio da operabilidade, que tem um dos seus sentidos expressos na simplicidade ou facilitação dos institutos civis.

Consigne-se que o Código Civil brasileiro conceitua algumas figuras contratuais típicas, caso da compra e venda (art. 481), mas não chegou a definir o contrato, relegando, mais uma vez, a tarefa à doutrina.

O CDC confere especial atenção aos momentos iniciais de aproximação entre consumidor e fornecedor a oferta de produtos e serviços, enfim, as inúmeras e variadas técnicas e procedimentos comerciais que objetivam, ao final, atrair e convencer o consumidor a adquirir determinado bem. (BENJAMIN; MARQUES; BESSA; 2012, p. 342/ 343).

O dever de informar adequadamente, de lealdade e de transparência na fase

pré-contratual é exigência da boa-fé objetiva e vem especificado em diversos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor (arts. 6º,9º,30,31,36,37,39,46,47) consumo são de adesão, elaborados unilateralmente pelo fornecedor. Tal técnica de contratação, embora inerente a sociedade industrial e massificada, reduz, praticamente elimina, a vontade real do consumidor.

Finalizando para a parte dos pós-contratos, a responsabilidade civil em matéria de consumidor, segundo, deu-se em razão de dois principais fatores: a produção em série e o circuito de distribuição dos bens em massa. O Código de Defesa do Consumidor Brasileiro prevê nos arts. 12 a 14 a responsabilidade civil objetiva, independentemente de culpa do agente, por todos os danos causados aos consumidores.

Este ônus do fabricante ou do produtor encontra-se na esfera extracontratual, já que não há vínculo contratual direto como consumidor, não obstante as construções doutrinárias e jurisprudenciais para estabelecer uma relação direta entre as pontas de produção e do consumo. (COMPARATO, 1996, p. 37).

Com intuito de preservação do consumidor, sendo todos nós, que diariamente estamos adquirindo algo, para uso pessoa, locomotivo, serviço de telefonia, internet, dentro outros diversos, partindo para o pressuposto da necessidade de proteção na celebração de contratos, que por maior parte das vezes, e que ainda ocorre com muita frequência, o abuso nas adesões contratuais.

”Partindo para a visão civil do ato do contrato, vê se que esta área visa três preceitos como objetivos principais: 1. Assegurar o equilíbrio econômico entre os contratantes; 2. Proteger a relação contratual; 3. Zelar pela integridade físico-psíquica do consumidor”.(HILÁRIO, 2007, p.51).

O processo de relação contratual de consumo apresenta-se como um processo dividido em três fases: Pré-contratual que antecede o nascimento do vínculo publicidade não é mais vista apenas como um meio; Contratual - abrangendo a formação do vínculo, seu desenvolvimento e adimplemento; e Pós-Contratual - sobrevém ao cumprimento do dever principal.

“Os princípios e regras do CDC relativos a proteção contratual do consumidor possuem poucos e importantes objetivos: que as relações contratuais sejam pautadas pela lealdade e transparência, pela observância das legítimas expectativas inerentes ao negócio (boa-fé objetiva), com definição clara dos direitos e das obrigações

das partes, e também, que o contrato não seja mero instrumento de obtenção de vantagem exagerada por parte do fornecedor". (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2012, p. 337).

A publicidade adquire maior importância no meio jurídico, pois não é mais percebida apenas como técnica de venda, mas também instrumento jurídico gerador de obrigações contratuais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto geral, pode-se afirmar que os processos de proteção contratual no Brasil estão sofrendo um vago e progressivo impulso no sentido de ampliar o alcance efetivo da lei, por intermédio dos vários órgãos de proteção ao consumidor. As associações não governamentais (ONGs) contribuem com o papel fiscalizador e educador da população.

Dentre os órgãos estatais, o PROCON desponta como uma alternativa para a solução dos mais diversos problemas de consumo. Atua simultaneamente na educação e informação dos consumidores, assim como na mediação de conflitos entre consumidores e fornecedores, além de prestar assessoria jurídica e encaminhar demandas para o Judiciário.

Na área legislativa, formam-se lentamente comissões para defesa do consumidor a fim de avaliar os projetos de lei na área do consumo. Também nos Juizados Especiais de Pequenas Causas, têm aumentado significativamente as lides na área do consumo.

Finalmente, a Lei nº 8.78/90 da defesa do consumidor, resultante da necessidade gritante da sociedade de massas. Reformulou aspectos da Teoria Geral dos Contratos tal como a relativização da autonomia da vontade, contribui alguma medida, como mecanismo tutelar das relações de consumo, cujo equilíbrio, é indispensável para o desenvolvimento da cidadania.

5 REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Álvaro Villaça. **Teoria geral dos contratos típicos e atípicos**. São Paulo: Atlas, 2002. p. 21.

BARCELLOS, Daniela Silva Fontoura. **Proteção contratual do consumidor brasileiro**. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/ppgd/doutrina/barcell1.htm>>

Acesso em 19 de abril de 2016.

BENJAMIN. Antônio Herman V. **Manual de Direito do Consumidor**. 4 ed. São Paulo. 2012.

BESSA. Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 4 ed. São Paulo. 2012.

BENJAMIN. Antonio Herman V. **Manual de Direito do Consumidor**. 5 ed. São Paulo. 2013.

BESSA. Leonardo Roscoe . . **Manual de Direito do Consumidor**. 5 ed. São Paulo. 2013.

BARCELLOS, Daniela Silva Fontoura. **Proteção contratual do consumidor brasileiro**. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/ppgd/doutrina/barcell1.htm>> Acesso em 19 de abril de 2016.

BRASIL. **LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**. *Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.*. Brasília,DF,1990. Disponível em < https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 12 Nov 2016.

Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 5 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998, p. 388.

COMPARATO, Fábio Konder. "**A Proteção ao Consumidor na Constituição Brasileira de 1988**". In: Revista de Direito Mercantil nº 80, pp. 66-75, out-dez/90, pp. 66 e 67).

CARVALHO, Diógenes de Faria. **Do Princípio da boa-fé objetiva nos contratos de consumo**. Goiânia. PUC-Goiás, 2011.

LOURENCETTI. Erick. **A importância do direito do consumidor e seus conceitos e princípios básicos no código de defesa do consumidor brasileiro**. Disponível em:<<http://www.unibrasil.com.br/arquivos/direito/20092/erick-lourencetti.pdf>> Acesso em: 20 de outubro de 2016.

MARQUES. Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 4 ed. São Paulo. 2012.

MARQUES. Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 5 ed. São Paulo. 2013.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: RT, 2006. p. 92. 4 MACEDO JR., Ronaldo. **Contratos relacionais**. 2. ed. São Paulo: RT, 2006. 5 MACEDO JR., Ronaldo. **Contratos relacionais**. 2. ed. São Paulo: RT, 2006. p. 5.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman; MIRAGEM, Bruno.

Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 3. ed. São Paulo: RT, 2010. p. 279.

MACEDO JUNIOR, Ronaldo Porto de. **Contratos relacionais e defesa do consumidor.** São Paulo: Max Limonad, 1998. p. 160.

MACEDO JUNIOR, Ronaldo Porto de. **Contratos relacionais e defesa do consumidor.** São Paulo: Max Limonad, 1998. p. 147 e ss. Tratamos também desse tema com maior ênfase na 2ª edição ainda não publicada no nossa Teoria contratual contemporânea (Ed. Forense – 2004).

NUNES. Rizzato. **Curso de direito do consumidor.** 7 ed. Saraiva. 2012.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Direito civil: alguns aspectos da sua evolução.** Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 225.

R. EMERJ, Rio de Janeiro, v. 14, n. 56, p. 32-56, out-dez. 2011.

UMENO. Luana Rodrigues. **Cláusulas abusivas nos contratos de adesão.** Presidente Prudente 2006. Disponível em:
<<http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/Juridica/article/viewFile/481/475>>
Acesso em: 11 de abril de 2016.

ANEXO I :

“Contrato. Seguro. Vida. Interrupção. Renovação. Trata-se, na origem, de ação para cumprimento de obrigação de fazer proposta contra empresa de seguro na qual o recorrente alega que, há mais de 30 anos, vem contratando, continuamente, seguro de vida individual oferecido pela recorrida, mediante renovação automática de apólice de seguro. Em 1999, continuou a manter vínculo com a seguradora; porém, dessa vez, aderindo a uma apólice coletiva vigente a partir do ano 2000, que vinha sendo renovada ano a ano até que, em 2006, a recorrida enviou-lhe uma correspondência informando que não mais teria intenção de renovar o seguro nos termos em que fora contratado. Ofereceu-lhe, em substituição, três alternativas, que o recorrente reputou excessivamente desvantajosas, daí a propositura da ação. A Min. Relatora entendeu que a pretensão da seguradora de modificar abruptamente as condições do seguro, não renovando o ajuste anterior, ofende os princípios da boa-fé objetiva, da cooperação, da confiança e da lealdade que devem orientar a interpretação dos contratos que regulam relações de consumo. Verificado prejuízo da seguradora e identificada a necessidade de correção da carteira de seguro em razão de novo cálculo atuarial, cabe a ela ver o consumidor como um colaborador, um parceiro que a tem acompanhado por anos a fio. Logo, os aumentos necessários para o reequilíbrio da carteira devem ser estabelecidos de maneira suave e gradual, por meio de um cronograma extenso, do qual o segurado tem de ser comunicado previamente. Agindo assim, a seguradora permite que o segurado se prepare para novos custos que onerarão, a longo prazo, o seguro de vida e colabore com a seguradora, aumentando sua participação e mitigando os prejuízos. A intenção de modificar abruptamente a relação jurídica continuada com a simples notificação entregue com alguns meses de antecedência ofende o sistema de proteção ao consumidor e não pode prevalecer. Daí a Seção, ao prosseguir o julgamento, por maioria, conheceu do recurso e a ele deu provimento” (STJ – REsp 1.073.595/MG – Rel. Min. Nancy Andrighi – j. 23.03.2011). (SUPERIOR, 2011)