

PRINCÍPIO DA BOA-FÉ NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Vanderlane Margarete Freitas[□]
Fernanda Camargo Penteado^{□□}

INTRODUÇÃO

A gênese da boa-fé associa-se ao direito romano, significando que as partes devem fidelidade à palavra proferida, devendo cumprir - lá.

Atualmente, e no âmbito brasileiro, há duas acepções de boa-fé: uma subjetiva e outra objetiva. A primeira não se trata de princípio, mas, sim, de um estado psicológico em que o indivíduo se encontra em situação de ignorância sobre a realidade dos fatos.

Em sentido diverso, a boa-fé objetiva trata-se de presunção de que as partes contratantes estão agindo de acordo com padrões sociais de lisura, honestidade e lealdade, de modo a não frustrar a confiança da outra parte.

Partindo do pressuposto que as relações consumeristas são inerentemente desequilibradas, buscou-se, neste trabalho, analisar a aplicação do princípio da boa-fé objetiva nas relações de consumo, principalmente em relação ao artigo 30 do CDC, ao tratar da vinculação da oferta ao produto.

OBJETIVOS

Na perspectiva do princípio da boa-fé objetiva, que visa estabelecer o padrão ético na conduta entre os contratantes, o presente trabalho se propõe a analisar até onde prevalece a incidência do princípio da boa-fé diante de uma situação em concreto, presente na relação de consumo.

Ao decorrer do trabalho, serão trazidos à lume casos concretos julgados pelos tribunais brasileiros, com o escopo de demonstrar que nem sempre a força obrigatória da oferta, presente no artigo 30 do CDC, merece ser interpretada de maneira absoluta e irrestrita, pois, o mesmo princípio no CC funda-se na proteção da confiança, vedando que as partes sofram abuso de direito, sob pena de oportunizar funestas injustiças e violações.

METODOLOGIA

A presente pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa foi feita na forma de artigo científico, através de análise de doutrinas, jurisprudência e legislação, visando demonstrar a aplicação do princípio da boa-fé nas relações de consumo pós Constituição Federal de 88 e sua

* vanderlanefreitas12345@gmail.com Acadêmica do 10º período da Faculdade de Direito do Instituto Machadense de Ensino Superior (IMES) mantido pela da Fundação Machadense de Ensino Superior e Comunicação (FUMESC) – Machado – MG.

** fernanda@fumesc.com.br. Professora da Faculdade de Direito do IMES/ FUMESC – Machado – MG.

consolidação com a criação do Código de Defesa do Consumidor.

O marco da pesquisa, são os valores jurídicos trazidos pelo princípio da boa-fé objetiva as partes contratantes, de tal modo que assegure um comportamento leal e pautado na lisura em todas as fases contratuais, dando uma maior segurança jurídica nas relações de consumo.

RESULTADOS ALCANÇADOS

O estudo concluiu que o princípio da boa-fé é um dos princípios basilares para a proteção dos interesses sociais modernos trazido pelo CDC, que surgiu de uma necessidade de regulamentação para os contratos que não mais eram paritários, seguindo os ditames do CC, mas, sim, de adesão, em que os contratos não poderiam ser mais discutidos, sendo somente aceitos ou não, fazendo com que o consumidor saísse como prejudicado da relação.

O presente trabalho demonstrou que o princípio da boa-fé, consolidado pela Carta Magna de 88, não tem por objetivo proteger apenas o consumidor considerado a parte mais vulnerável, mas ambas as partes presentes em uma relação contratual.

Para Barcelos e Barroso (2003), na Constituição de um Estado moderno, os princípios, diferente das regras, que têm incidência de forma automática e são aplicadas quando o caso concreto se enquadra à norma, podem ser definidos de duas formas: a primeira, quanto ao seu conteúdo, destacando-se pelos valores e pela sua busca a uma justiça social; a segunda, em relação a sua estrutura, indicando estados e ideais a serem obtidos, contendo uma alta carga valorativa, com o fundamento pautado na ética, indicando e determinando uma direção a seguir

O presente trabalho possibilitou ainda uma análise sobre a aplicação do princípio da boa-fé em dois casos concretos, em que o julgador levou em consideração a aplicação do princípio no *animus* das partes contratantes, deixando de seguir à risca o que a norma determinava, citando como exemplo os artigos 30 e 31 do CDC, que trazem a força vinculante da oferta, o que, pela análise, deve ser observado em casos concretos, de acordo com os ditames da boa-fé e da equidade, e não deve ser interpretado de forma literal, pois, mesmo defendendo o consumidor, considerado parte vulnerável na relação de consumo, pode ser ferido o princípio da boa-fé objetiva, presente no artigo 4º, III do mesmo código.

Verificou-se, portanto, que o que deve ser observada pelo julgador é a vontade das partes no decorrer do contrato, sempre visando às premissas do princípio da boa-fé e da função social, evitando sempre o abuso de direito que ocorre quando uma das partes o excede.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília/DF: Senado 1988.
- BRASIL. Lei n.13.105, de 16 março de 2015. Dispõe sobre o Código Civil. **Diário Oficial da União**, 16 de março de 2015.
- BARCELOS, Ana Paula, BARROSO, Luiz Roberto. O começo da história. A nova interpretação constitucional e o papel dos princípios no direito brasileiro. **Revista de direito administrativo**. Rio de Janeiro. 2003. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/45690>. Acesso em 12 jun. 2019.
- _____. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e de outras providências. **Diário Oficial da União**, 11 de setembro de 1990.