

O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

Renata Flávia Nobre Canela Dias¹
Matheus Henrique Oliveira Sampaio²

RESUMO

O objetivo deste trabalho é destacar os deveres do consumidor em relação ao seu fornecedor, ressaltando que sua responsabilidade vai além do simples pagamento, incluindo agir com boa-fé em caso de falhas no uso do produto devido a mau uso por parte do consumidor. Para consecução do trabalho, utilizou-se de pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, mediante coleta de dados bibliográficos e documentais. Pretende-se também demonstrar como algumas interpretações errôneas da legislação são divulgadas pela mídia, criando um falso entendimento da jurisprudência. Além disso, evidencia-se a importância de os fornecedores possuírem assistência jurídica adequada ou um conhecimento aprofundado das leis que regem suas relações com consumidores e outros fornecedores, a fim de evitar prejuízos decorrentes da falta de informação. Assim, conclui-se que em situações de erro por parte do fornecedor, é crucial saber agir corretamente, estabelecendo prazos adequados, exigindo reparos quando devidos e protegendo o patrimônio empresarial contra perdas inesperadas. Contudo, ressalta-se que isso não implica em colocar o fornecedor em posição superior ao consumidor; vez que, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), este é considerado hipossuficiente diante do fornecedor e requer cuidado especial, desde que esse cuidado não seja aproveitado para obter vantagens indevidas.

Palavras-chave: Consumidor. Boa-fé objetiva. Fornecedor. Falso direito.

THE PRINCIPLE OF OBJECTIVE GOOD FAITH

ABSTRACT

¹Doutorado em Educação. Pró-reitora de Graduação da UNIFIPMoc. Docente no Curso de Direito da UNIFIPMoc. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7547-3780>. Email: renata.dias@unifipmoc.edu.br.

²Graduando em Direito pela UNIFIPMoc. E-mail: matheusesmit03@gmail.com



The aim of this work is to highlight the duties of the consumer in relation to their supplier, emphasizing that their responsibility goes beyond simple payment, including acting in good faith in the event of failures in the use of the product due to misuse by the consumer. In order to carry out this work, exploratory research with a qualitative approach was used, through the collection of bibliographic and documentary data. The aim is also to show how some misinterpretations of legislation are disseminated by the media, creating a false understanding of case law. It also highlights the importance of suppliers having adequate legal assistance or in-depth knowledge of the laws that govern their relations with consumers and other suppliers, in order to avoid losses resulting from a lack of information. Thus, it can be concluded that in situations of error on the part of the supplier, it is crucial to know how to act correctly, setting appropriate deadlines, demanding repairs when they are due and protecting business assets against unexpected losses. However, it should be noted that this does not imply placing the supplier in a superior position to the consumer; since, according to the Consumer Protection Code (CDC), the latter is considered to be hyposufficient in relation to the supplier and requires special care, as long as this care is not used to gain undue advantage.

Keywords: Consumers. Objective good faith. Supplier. False rights.

EL PRINCIPIO DE BUENA FE OBJETIVA

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es destacar los deberes del consumidor en relación a su proveedor, enfatizando que su responsabilidad va más allá del simple pago, incluyendo la actuación de buena fe en caso de fallas en el uso del producto debido al mal uso por parte del consumidor. El trabajo se realizó mediante una investigación exploratoria con enfoque cualitativo, a través de la recogida de datos bibliográficos y documentales. También se pretende mostrar cómo algunas interpretaciones erróneas de la legislación son divulgadas por los medios de comunicación, creando una falsa comprensión de la jurisprudencia. También se destaca la importancia de que los proveedores dispongan de una asistencia jurídica adecuada o de un conocimiento profundo de las leyes que rigen sus relaciones con los consumidores y otros proveedores, con el fin de evitar pérdidas derivadas de la falta de información. Así pues, cabe concluir que, en situaciones en las que el proveedor comete un error, es fundamental saber actuar correctamente, fijando plazos adecuados, exigiendo las reparaciones a su debido tiempo y protegiendo el patrimonio empresarial frente a pérdidas inesperadas. Sin embargo, hay que subrayar que esto no implica situar al proveedor en una posición superior a la del consumidor; ya que, según el Código de Defensa del Consumidor (CDC), este último se considera hiposuficiente frente al proveedor y requiere un cuidado especial, siempre que este cuidado no se utilice para obtener ventajas indebidas.

Palabras clave: Consumidores. Buena fe objetiva. Proveedor. Falso derecho.

INTRODUÇÃO

Este artigo busca explorar o princípio da boa-fé objetiva, presente tanto no Direito Civil quanto no Direito do Consumidor brasileiro, destacando os deveres dos envolvidos na relação contratual, como informar, cuidar, respeitar, ser leal, transparente, colaborativo e cooperativo. O estudo apresenta a origem e importância desse princípio no contexto jurídico, especialmente sua contribuição para criar um ambiente de cooperação e consideração mútua entre as partes contratantes, além de suas funções interpretativas, integrativas e de controle, fundamentais para garantir a justiça e a equidade nas relações legais.

Observa-se a vulnerabilidade do consumidor e a necessidade de proteção jurídica, destacando a aplicação da boa-fé no acesso à justiça, no devido processo legal e na igualdade. Enfatiza-se a relevância da observância desse princípio para garantir relações contratuais justas e equitativas, respeitando os direitos e deveres de todas as partes envolvidas. O artigo aborda ainda o impacto das relações de consumo na sociedade, incluindo seu efeito no comportamento do consumidor, na economia e no meio ambiente, discutindo a importância da proteção do consumidor e dos direitos e deveres dos fornecedores.

Neste contexto traz como objetivo geral destacar os deveres do consumidor em relação ao seu fornecedor, ressaltando que sua responsabilidade vai além do simples pagamento, incluindo agir com boa-fé em caso de falhas no uso do produto devido a mau uso por parte do consumidor. Para consecução do trabalho, utilizou-se de pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, mediante coleta de dados bibliográficos e documentais

Destaca-se a aplicação da boa-fé como um paradigma essencial para as relações contratuais, especialmente nos contratos de consumo, promovendo a harmonia e a equidade entre as partes. Reconhece-se que a boa-fé não é apenas um direito do consumidor, mas também um dever bilateral, equilibrando os interesses das partes.



Para melhor compreensão dessa temática o presente artigo se apresenta dividido em três seções, sendo que na primeira teremos a discussão alusiva à compreensão do princípio da boa-fé objetiva. Na segunda seção teremos o consumidor nas relações de consumo e a terceira seção apresenta ensaios críticos sobre a efetividade do princípio da boa-fé objetiva.

Por fim, concluímos que a análise da efetividade desse princípio na legislação e na jurisprudência é vista como crucial para promover relações contratuais mais justas e equilibradas, contribuindo para o desenvolvimento do Direito e a proteção dos consumidores. Destacando que o princípio da boa-fé objetiva desempenha um papel fundamental na garantia de relações contratuais justas e equitativas, protegendo os direitos de todas as partes envolvidas.

COMPREENDENDO O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

O princípio da boa-fé objetiva, previsto nos artigos 113, 187 e 422 do Código Civil brasileiro de 2002, impõe deveres que precisam ser seguidos pelos sujeitos da relação contratual como o dever de informar, de cuidado, de respeito, de lealdade, de transparência, de colaboração e de cooperação. Apesar de não explícitos no Código Civil, cabe à doutrina proporcionar maior esclarecimento e detalhamento acerca do assunto.

Conforme preceitua Tartuce (2018), o princípio em estudo é um instituto jurídico de ampla utilização no direito ocidental, tendo suas origens mais remotas no Direito Romano. Dando sequência, na fase do direito moderno, há uma grande relevância desse princípio para a criação de um ambiente que se impõe um padrão de conduta a ambos os contratantes, no tocante à recíproca cooperação, com consideração dos interesses um do outro, objetivando alcançar o efeito prático que justifica a existência jurídica do contrato celebrado (NEGREIROS, 2006).

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) disposto na lei federal nº 8.078 de 1990, propôs a revitalização do princípio da boa-fé objetiva, que representa o valor da ética, veracidade e correção dos contratantes, operando de diversas formas e

em todos os momentos do contrato, desde a sua negociação até sua execução (BRASIL, 1990).

Tartuce (2018, p. 67) registra que o princípio da boa-fé foi previsto no CC/2002 como uma cláusula geral do direito, sendo, por conseguinte uma regra implícita é obrigatória a todos os contratos conforme disposto no artigo 422 do referido documento, que por vez preceitua que "os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução os princípios da probidade e boa-fé. "

Importante registrar que desta maneira, a vulnerabilidade é uma característica que estará sempre presente em qualquer relação onde a pessoa adquire um serviço ou um produto. Não obstante, esta afirmação merece um pouco de atenção, considerando o posicionamento jurisprudencial ao definir sobre quem seria o consumidor final (TARTUCE, 2018).

A vulnerabilidade é uma característica intrínseca presente em qualquer relação de consumo, na qual uma pessoa adquire um serviço ou produto. No contexto do Direito do Consumidor, a vulnerabilidade refere-se à condição de desvantagem em que o consumidor se encontra em relação ao fornecedor (TARTUCE, 2018).

Para definir quem é o consumidor final, o Direito do Consumidor adota diferentes teorias. Duas teorias amplamente conhecidas são a teoria finalista e a teoria maximalista. No entanto, no Brasil, os tribunais têm adotado a teoria mista ou finalista mitigada. Segundo a teoria finalista, apenas aqueles que utilizam o produto ou serviço adquirido para uso pessoal são considerados consumidores finais. Por outro lado, a teoria maximalista entende que qualquer pessoa física ou jurídica que retira o produto do mercado, independentemente de obter lucro ou não, pode ser considerada consumidora final. Essa definição adotada pelos tribunais brasileiros busca equilibrar os interesses das partes envolvidas e garantir a proteção do consumidor na relação de consumo (MARQUES, 2010).

Nesse contexto, para a teoria finalista mitigada, considera-se consumidor final a pessoa física que utiliza o serviço para fins pessoais, bem como a pessoa jurídica que adquire um produto ou serviço para utilizá-lo em sua produção empresarial. No

entanto, no caso da pessoa jurídica, para que seja aplicado o Código de Defesa do Consumidor em suas relações de consumo, faz-se necessário que ela comprove a sua vulnerabilidade na relação contratual (NUNES, 2015).

Atualmente, é comum o consumidor fazer uso do código para buscar seus direitos, porém, é importante ressaltar que a boa-fé é um princípio fundamental no processo jurídico. Acesso à justiça para reivindicar direitos do consumidor é uma prática frequente. Essa facilidade de acesso, na maioria das vezes com resolução rápida da causa, com prerrogativa de mérito para o consumidor, tem favorecido o mau uso desse recurso jurídico (GAMA, 2013).

A má-fé no âmbito do Código de Defesa do Consumidor pode resultar em prejuízo para terceiros agindo de boa-fé. Aqueles que utilizam a má-fé serão impedidos de fazê-lo se houver a intervenção de um advogado ou se o litígio for levado a um juiz para a solução do conflito. É comum pessoas, que, recusando a resolução consensual de conflito com um fornecedor, já escolhem a esfera judicial como alternativa, visando à vantagem financeira alcançada com possível sentença favorável (ZAGHETTO, 2013).

A explicação para tanto, verifica-se no fato de que o consumidor é aquele que acaba por submeter-se ao poder de controle dos titulares dos bens de produção, ou seja, dos empresários, pois não tem, aquele, os conhecimentos técnicos necessários a elucidar quaisquer questões que envolvam o produto adquirido ou o serviço prestado, sejam elas referentes à produção, vícios, oferta, modo de execução do serviço etc., tendo em vista a especificidade que lhes é inerente (BRASIL, 1990).

O que se objetivou com o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor foi, antes de qualquer coisa, a facilitação de sua defesa. Nota-se que a preocupação primária do legislador foi a de harmonizar os interesses de consumidores e fornecedores, isso porque a harmonia e o equilíbrio são fatores indispensáveis para que haja a tão esperada justiça (GRINOVER; BENJAMIN; FINK, 1999).

Não há como negar que o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor mostra-se altamente protecionista, se comparado à legislação consumerista francesa, por exemplo, que, aliás, lá possui a denominação de Código do

Consumo, pois tutela não são somente os interesses dos consumidores, como também os interesses dos fornecedores. Da mesma forma, pode se notar que o legislador pátrio não se preocupou tão somente com os interesses dos consumidores, mas sim de todos os fatores que propiciam o desenvolvimento do mercado de consumo (MARTINS, 2000, p. 104-105).

Sendo boa-fé a regra de conduta a ser seguida por consumidores e fornecedores na relação de consumo, refletindo atitudes moldadas pela lealdade e por interesses legítimos. A vulnerabilidade e a inversão do ônus da prova em favor do consumidor são princípios questionados por operadores do direito, que no dia-a-dia se vêm confrontados pela litigância de má-fé por parte do consumidor (ALBERNAZ, 2020).

Na litigância de má-fé, aquele que se utiliza do processo para ver reconhecido em juízo uma pretensão que acredita ser seu direito age de forma desonesta e contrária aos princípios da boa-fé processual. É aquele que busca vantagem fácil, alterando a verdade dos fatos com ânimo doloso, o que não existiu nos presentes autos em relação à parte autora. De outro lado, não litiga de má-fé aquele que se vale do direito de defesa, não ficando evidenciado no presente caso qualquer comportamento das reclamadas atentatório à dignidade da Justiça (ROSA 2019).

Todavia, aquele que utiliza de maneira fraudulenta de manobras ilegais, praticando ilícitos judicialmente puníveis, afrontando diretamente os direitos sociais dos trabalhadores, obrigando-os a renunciarem direitos legalmente indisponíveis, estes, sim, merecem ser severamente punidos e coibidos a fim de que não reincidem na prática contumaz e reiterada dos ilícitos (ROSA 2019).

Cabe destacar que, conforme constatado na pesquisa realizada junto à doutrina e jurisprudência são três as funções da boa-fé, quais sejam, interpretativa, de integração e de controle, sendo elas: a função interpretativa: A boa-fé tem uma função interpretativa, ajudando na compreensão e interpretação das normas legais e contratuais. Ela serve como um princípio orientador para entender o sentido e o alcance das normas, permitindo que sejam aplicadas de forma mais justa e adequada às circunstâncias específicas do caso (TJ São Paulo, 2020).

O artigo 47 do Código de Defesa do Consumidor é um exemplo de norma que prevê essa função, ao determinar que as cláusulas contratuais sejam interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor (Artigo 47, CDC)

Tem-se ainda a função de integração em que a boa-fé também desempenha uma função de integração, preenchendo eventuais lacunas existentes nas normas legais ou contratuais. Quando há uma brecha ou omissão na legislação, a boa-fé pode ser invocada para suprir essa falta, garantindo que as partes sejam tratadas de maneira justa e equilibrada (jurisprudência, TJSP, integração da boa-fé, 2020).

A terceira função é a de controle, onde a boa-fé atua como um mecanismo para evitar abusos e comportamentos desleais nas relações jurídicas. Ela serve como um limite para a atuação das partes, impedindo a prática de atos contrários à ética e à lealdade, além de garantir a observância dos deveres de cooperação e informação entre as partes envolvidas. Essas três funções da boa-fé são fundamentais para garantir a justiça e a equidade nas relações jurídicas, contribuindo para uma interpretação mais coerente das normas e um equilíbrio entre os interesses das partes envolvidas (DINIZ, 2021).

As funções integradoras e controladoras da boa-fé nada mais refletem do que a busca do equilíbrio entre os partícipes da relação de consumo. A legitimidade da aplicação desse princípio acontece de três principais formas: pelo acesso à justiça; pelo devido processo legal e pela efetivação do princípio da igualdade, como aponta Mendes (2009).

Nessa lógica, o devido processo legal é respeitado quando o mesmo preza pelos aspectos técnicos e ideais, portanto os limites previstos no princípio da boa-fé. Por último, a aplicação se completa pela efetivação do princípio da igualdade, isso porque a má-fé nos contratos resulta na violação deste princípio.

Em suma, o devido processo legal é verdadeiramente respeitado quando são observados tanto os aspectos técnicos e ideais quanto os limites estabelecidos pelo princípio da boa-fé. No entanto, é importante ressaltar que a aplicação plena do devido processo legal só pode ser alcançada por meio da efetivação do princípio da igualdade. Isso se deve ao fato de que a má-fé nos contratos inevitavelmente resulta na violação desse princípio fundamental. Portanto, para garantir a justiça e a

equidade, é imprescindível que o devido processo legal seja aplicado de forma íntegra, considerando tanto os aspectos técnicos e ideais quanto a observância estrita do princípio da boa-fé, em consonância com a promoção da igualdade entre as partes envolvidas.

CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

As relações de consumo têm um impacto significativo na sociedade, influenciando diversos aspectos econômicos, sociais e ambientais. Nesta seção, vamos explorar o efeito dessas relações no comportamento do consumidor, na economia e no meio ambiente.

A relação de consumo possui uma proteção do consumidor, que é defendida a longa data internacionalmente, e quase em nosso país, o que trouxe consciência de deveres e obrigações dos fornecedores em relação aos consumidores, protegendo estes como parte frágil da relação de consumo. Contudo, há um consenso de que os direitos do fornecedor devem ser esquecidos e que quem fornece é sempre o vilão da história, a defesa do consumidor só existe porque há dois polos: consumidor e fornecedor, conceituando-os:

Art. 2º, *caput* - Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único: A coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 29- Todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas de comércio e, obviamente, fazem jus à proteção do contrato.

No art. 3º, *caput* - 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 (BRASIL, 1990).

Pelos princípios gerais do direito, representados pela boa-fé, equilíbrio, dever de lealdade, reciprocidade, verdade, respeito e decência, entre outros tantos, o fornecedor deve ser protegido. No trato com o fornecedor, esses princípios devem nortear a atuação dos consumidores que, por serem considerados frágeis, não

estão isentos de sua obediência. São de princípios que devem pautar todas as relações, sejam elas humanas ou de consumo.

Constitucionalmente, a proteção do fornecedor está garantida na possibilidade de sua ampla defesa, o que significa que tem direitos e que estes podem ser ofendidos pelo consumidor. O Código de Defesa do Consumidor, preconiza que as relações de consumo devem se embasar na transparência e harmonia, portanto, sendo recíprocas. A necessidade de harmonização pressupõe que ambos, fornecedor e consumidor, devem ser protegidos, uma vez que os dois lados têm potencial lesivo (GAVAZZONI,2020).

O CDC foi criado para ordenar as relações de consumo, contra práticas de fornecedor contra consumidor ou vice versa, a sociedade onde ambos os lados tentam tirar benefício quando se pode, mas o consumidor por ser o lado vulnerável da relação de consumo, acaba tendo o peso maior na palavra, colocando o fornecedor em desvantagem num certo litígio, as leis previstas no código de defesa do consumidor, não são para beneficiar só consumidores, mas também o fornecedor, podendo recorrer a outros meios para se defender (GAVAZZONI, 2020)

Sendo assim o Código de Defesa do Consumidor propôs a revitalização de um dos princípios gerais do direito, denominado princípio da boa-fé objetiva, que representa o valor da ética, veracidade e correção dos contratantes, operando de diversas formas e em todos os momentos do contrato, desde a sua negociação até sua execução (MENDES, 2009).

Deste modo o CDC exige transparência dos atores do consumo, impondo às partes o dever de lealdade recíproca a ser concretizada antes, durante e depois da relação contratual, nos termos do artigo 4º, o CDC tem como fim, justamente, reequilibrar as relações de consumo, harmonizando e dando maior transparência às relações contratuais.

Fundamentando-se neste princípio, o consumidor tornou-se retentor do direito subjetivo de informação e o fornecedor sujeito de um dever de informação. Dizer que o silêncio do consumidor se traduz em aceitação não pode prevalecer, trazendo a nulidade de tal cláusula de acordo com o art. 51, IV3 do CDC:

[...] não se pode conceber um ato negocial que demonstre falta de clareza em seu caráter expressivo, pois a capacidade de persuasão do fornecedor para com o consumidor, tendo por referencial o produto ou o serviço, só contemplará o êxito desejado na relação de consumo se aspectos inerentes a sua constituição forem bem explicitados (ROSA, 1995, p. 39).

Segundo Silva (2023) a possibilidade de interpretação é nula duvidosa pelo fornecedor, assegurando ao consumidor o direito de vincular-se ou não, de forma consciente, ao contrato. As manifestações anteriores, como propaganda veiculada ou informação prestada devidamente comprovada, tornam-se fontes contratuais, e a sua interpretação deve ser sempre a mais favorável ao consumidor, já que não é ele quem redige as normas às quais aderiram.

[...] contudo, a transparência que se espera do fornecedor não deverá estar presente somente no momento da conclusão do negócio jurídico. Deverá existir durante a oferta e publicidade, ao longo da execução do contrato e até mesmo depois desta, como, por exemplo, no instante em que o consumidor, munido do termo de garantia, procura o reparo do produto junto a assistência técnica autorizada (SILVA, 2003, p. 69).

Portanto, o princípio da transparência apresenta como reflexos o dever de informar o consumidor, seja através da oferta clara e correta sobre as qualidades do produto e as condições do contrato, sob pena do fornecedor responder pela falha da informação, ou ser forçado a cumprir a oferta nos termos que a tenha feito. Desta forma, as garantias aferidas aos consumidores não são com o desígnio de privilegiá-los, mas sim de igualar a relação jurídica.

Moraes (2009, p. 125), garante em sua obra:

[...] vulnerabilidade, sob o enfoque jurídico, é, então, o princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte dos sujeitos mais potentes na mesma relação.

Desta maneira, a vulnerabilidade é uma característica que está sempre presente em qualquer pessoa que adquire um serviço ou um produto. Não obstante, esta afirmação merece um pouco de atenção, considerando o posicionamento jurisprudencial ao definir sobre quem seria o consumidor final inerente às relações

de consumo, tendo em vista que o consumidor é considerado como vulnerável perante o seu fornecedor, O CDC através da fixação da Política Nacional das Relações de Consumo, buscou proteger direitos importantes que atendessem as necessidades dos consumidores, bem como princípios como a dignidade nas relações consumeristas.

O CDC exige transparência dos atores do consumo, impondo às partes o dever de lealdade recíproca a ser concretizada antes, durante e depois da relação contratual. Frisa a lei que as cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão. Artigos relacionados: art. 4º e art. 54, §4º, do CDC (BRASIL, 1990).

O princípio da boa-fé como cláusula geral, serve de paradigma para as relações provenientes da contratação em massa e deve incidir na interpretação dos contratos relativos a planos de saúde.

[...] A grande contribuição do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) ao regime das relações contratuais no Brasil foi ter positivado normas específicas impondo o respeito à boa-fé na formação e na execução dos contratos de consumo, confirmando o princípio da boa-fé como um princípio geral do direito brasileiro, como linha teleológica para a interpretação das normas de defesa do consumidor (artigo 4º, III, do CDC), como cláusula geral para a definição do que é abuso contratual (artigo 51, IV do CDC), como instrumento legal para a realização da harmonia e equidade das relações entre consumidores e fornecedores no mercado brasileiro (artigo 4º, I e II, do CDC) e como novo paradigma objetivo limitador da livre iniciativa e da autonomia da vontade (artigo 4º, III, do CDC combinado com artigo 5º, XXXII, e artigo 170, caput e inc. V, da Constituição Federal (MARQUES, 145)

É o princípio máximo orientador do Código de Defesa do Consumidor e basilar de toda a conduta contratual que traz a ideia de cooperação, respeito e fidelidade nas relações contratuais. Refere-se àquela conduta que se espera das partes contratantes, com base na lealdade, de sorte que toda cláusula que infringir esse princípio é considerada, *ex lege* como abusiva. Entende-se tal princípio não como mera intenção, mas como objetivo primordial de conduta, exigência de respeito, lealdade, cuidado com a integridade física, moral e patrimonial, devendo prevalecer deste a formação inicial da relação de consumo (MARQUES, ano).

Além de limitar práticas abusivas, a boa-fé gera deveres secundários de conduta, que impõe às partes comportamentos necessários, ainda que não previstos expressamente nos contratos, que devem ser obedecidos a fim de permitir a realização das justas expectativas surgidas em razão da celebração e da execução do contrato.

Onde podemos entender que vivemos em uma realidade fática inserida numa sociedade de consumo onde a dialética fornecedor versus consumidor é mais complexa que a dialética capital versus trabalho, sendo que os papéis vivenciados pelos agentes econômicos nem sempre se encontram definidos de forma absoluta e imutável. Ao contrário, verifica-se que todos nós somos consumidores sendo o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC) a preciosa bússola orientadora das relações entre consumidores e fornecedores de produtos e serviços.

3-ENSAIOS CRÍTICOS: A EFETIVIDADE DO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

Situar a boa-fé no direito do consumidor, está ligada à confiança entre fornecedor e comprador, o que se torna um trabalho complexo. A boa-fé objetiva, por seu turno, configura-se como uma regra de conduta, uma exigência de comportamento ético. É uma cláusula geral de interpretação dos contratos consumeristas, podendo ser entendida como uma brisa ética que areja a rígida interpretação do Direito, sendo reconhecida pela doutrina como princípio ético supra direito.

Para Karl Larenz (2017) a boa-fé significa que, cada um deve manter fidelidade à palavra dada e não frustrar a confiança do outro. Constitui verdadeiro modelo jurídico, na medida em que se reveste de várias formas. O princípio da boa-fé exige que as partes se comportem de forma correta desde a formação até o cumprimento do contrato.

Falar na efetividade da boa-fé objetiva é exteriorizar a máxima intenção do bem, da verdade e da lealdade na relação jurídica e nas demais tratativas com as partes envolvidas na relação de consumo. A boa-fé é requisito essencial e deve

estar enraizada nas relações sociais como um todo, sua importância foi fixada na própria norma.

Trata-se, portanto, de requisito objetivo de existência nas relações sociais. Não distante, o Poder Judiciário encampado com a norma, baliza suas decisões agraciando a importância da boa-fé nas relações comerciais como fundamento essencial, vejamos o exemplo na decisão do TJDFT:

IV. O princípio da boa-fé objetiva impõe às partes de uma relação de consumo a adoção de postura que guarde conformidade com os padrões sociais de ética, correção e transparência, a respeitar a legítima expectativa depositada nessa relação. Nesse contexto, o princípio da boa-fé objetiva cria deveres anexos à obrigação principal, os quais devem ser também respeitados por ambas as partes contratantes. ” Acórdão 1168030, 07148415120188070003, Relator: FERNANDO ANTONIO TAVERNARD LIMA, Terceira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 30/4/2019, publicado no DJE: 8/5/2019.

Desse modo, a boa-fé existente na norma civil, também atua como fundamento principiológico de existência e validade das relações de consumo, sendo então um dever bilateral, assim como fundamenta a Lei 8.078 de 1990, em seu artigo 51, IV (Cláusulas abusivas) vindo de encontro a toda evolução sobre a temática, agindo como mecanismo garantidor ao direito do consumidor que, por vezes, passam por irregularidades na aquisição ou prestação dos mais diversos serviços.

Neste sentido os legisladores, Karl Larenz (2017) e Gavazzoni (2020), tratam o consumidor como mero coitado, de modo que a proteção que lhe é conferida não se dá ao arrepio da obediência à boa-fé objetiva. Assim, à luz da boa-fé objetiva, não pode o consumidor valer-se da lei consumerista a seu bel prazer.

O Direito do Consumidor busca coibir as injustiças porventura havidas na relação de consumo, sempre visando ao equilíbrio desta e não ao merecimento exclusivo do consumidor em detrimento do fornecedor, afinal este também é sujeito de direitos, ainda que comumente não seja ele o vulnerável na relação de consumo. Desse modo, exige-se que também o consumidor adote comportamento leal e probó.

Portanto, a aplicação do princípio da boa-fé na relação de consumo, surge do dever anexo de cooperação entre as partes, de modo que a boa-fé e os reflexos

dela decorrentes se revelam não só como direito básico do consumidor, mas também como um dever a ser respeitado não somente pelo fornecedor, mas também por aquele, que se destina o final, finalisticamente o microsistema de consumo se presta à harmonização dos interesses e não ao aniquilamento da figura do fornecedor em benefício do consumidor (LEMOS RECHMANN, 2016).

Com isso podemos entender que a efetividade da boa-fé objetiva está ligada ao princípio da mão dupla, isto é, exige-se não apenas do fornecedor, mas também do consumidor a adoção de postura leal, proba, faticamente demonstrada. É, portanto, a decorrência lógica da aplicação da boa-fé a busca pelo equilíbrio entre os interesses aparentemente antagônicos do fornecedor e do consumidor, priorizando o bom e regular funcionamento do mercado de consumo (Didier, 2018).

Desse modo, a boa-fé enquanto dever atribuído também ao consumidor pretende, associado ao equilíbrio da relação jurídica estabelecida entre ele e o fornecedor, a realização do princípio da justiça, implicando, pois, tratamento equitativo, na medida em que não se deve fixar a ideia de que o consumidor é um coitado, completamente indefeso, e o fornecedor, por sua vez, um ser vampiresco, que quer sugar de todo modo o consumidor. Também o querer exercido pelo consumidor quando livremente escolhe uma das alternativas do artigo 18, §1º, do CDC não escapa à boa-fé.

Art 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

III - o abatimento proporcional do preço; a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos (BRASIL, 1990).

Assim, as opções dadas pelo legislador, prioriza reequilibrar a relação de consumo, cujo desequilíbrio fora acentuado pela existência de produto/serviço

defeituoso e não consertado, poderiam ser gradativamente consideradas, preferindo-se primeiro o abatimento proporcional do preço, depois a substituição do produto e, por último, a restituição imediata.

Em que pese a exegese da letra fria da lei consumerista não admita que o fornecedor se oponha à escolha realizada pelo consumidor, há que se avaliar, no caso concreto, se a medida escolhida pelo fornecedor traduz aquela que efetivamente repara os prejuízos que lhe foram causados pela existência de vício no produto e na situação se mostra a medida mais adequada, sob pena de caracterizar abuso do direito. (RECHMANN, 2016).

Nesse sentido, os ensaios críticos têm se debruçado sobre casos concretos e jurisprudências que envolvem a aplicação do princípio da boa-fé objetiva, buscando identificar os desafios e as lacunas na sua efetividade, bem como apontar possíveis soluções para aprimorar sua aplicação no âmbito do Direito Civil. Dessa forma, a discussão sobre a efetividade do princípio da boa-fé objetiva se mostra relevante e atual, contribuindo para o desenvolvimento do Direito e para a promoção de relações contratuais mais justas e equilibradas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nossa pesquisa procuramos destacar a importância da boa-fé objetiva nas relações contratuais, especialmente no contexto das relações de consumo. Destacam-se algumas conclusões relevantes, como a necessidade de confiança mútua entre fornecedor e consumidor, a responsabilidade de ambas as partes em agir de forma ética e leal, e a busca pelo equilíbrio e justiça na relação de consumo.

Além disso, a discussão sobre a efetividade do princípio da boa-fé objetiva é destacada como fundamental para o desenvolvimento do Direito e a promoção de relações contratuais mais justas e equilibradas. Os aplicadores do direito têm o papel crucial de buscar e exigir a efetividade desse princípio para garantir a moralidade dos contratantes e promover uma justiça concreta.

Em síntese, a boa-fé objetiva é vista como um pilar essencial para garantir a harmonia e transparência nas relações de consumo, exigindo um comportamento ético e leal por parte de todos os envolvidos. Sua efetividade é vital para assegurar



uma aplicação justa e equilibrada do Direito do Consumidor e promover um ambiente de confiança e respeito mútuo entre as partes contratantes.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Marco Antônio Do Amaral, 3ª Turma Recursal, Data de Julgamento: 5/8/2014, publicado no DJe: 1º/9/2014).

BRASIL. **CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988**. São Paulo: Saraiva, 2023

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **RECURSO ESPECIAL N.º 1.016.519 – PR (2007/0298206-1)**. Relator: Min. Raul Araújo. DJe 25.05.2012. Disponível em: https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=17564312&num_registro=200702982061&data=20120525&tipo=5&formato=PDF. Acesso em: 16 de março de 2024.

COELHO, Fábio Ulhoa. **MANUAL DE DIREITO COMERCIAL**. São Paulo: Saraiva, 2003.

COSTA, Judith Martins. **A BOA-FÉ NO DIREITO PRIVADO**. São Paulo: RT, 1999.

FABRICIO B. A, LENZA P. **DIREITO DO CONSUMIDOR ESQUEMATIZADO**, Rio De Janeiro, editora saraiva, livro de 2017

GAMA, Hélio Zaghetto. **Curso de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 1999.

GRINOVER, AP, Watanabe K, Benjamin AHV, Fink DR, Filomeno JG, Nery Júnior N, Denari Z. **CÓDIGO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR COMENTADO PELOS AUTORES DO ANTEPROJETO**. 1999.

KNEBEL, F. M. **DISSECANDO O PRINCÍPIO CONTRATUAL DA BOA-FÉ OBJETIVA**. Jus Navigandi. Disponível em: <link>. Acesso em: 09 out 2023.

LUCCA, Newton de. **DIREITO DO CONSUMIDOR: ASPECTOS PRÁTICOS: PERGUNTAS E RESPOSTAS**. São Paulo: RT, 1995.

MARQUES, Cláudia Lima. **REVISTA DE DIREITO DO CONSUMIDOR**. São Paulo, v. __, n.3p. 134, jul./set. 1999.

MARQUES, Cláudia Lima. **PLANOS PRIVADOS DE ASSISTÊNCIA À SAÚDE. DESNECESSIDADE DE OPÇÃO DO CONSUMIDOR PELO NOVO SISTEMA. OPÇÃO A DEPENDER DA CONVENIÊNCIA DO CONSUMIDOR. ABUSIVIDADE**



DA CLÁUSULA CONTRATUAL QUE PERMITE A RESOLUÇÃO DO CONTRATO COLETIVO POR ESCOLHA DO FORNECEDOR. Revista de Direito do Consumidor, n. 31, jul./set./99, p. 145.

MARTINS, Flávio Alves. **A BOA-FÉ OBJETIVA E SUA FORMALIZAÇÃO NO DIREITO DAS OBRIGAÇÕES BRASILEIRO.** Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 2000.

MARTINS, Plínio Lacerda. **O ABUSO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ.** Rio de Janeiro: Forense, 2002.

MENDES, D. F. de S. **A BOA-FÉ COMO PRINCÍPIO IDEAL DO PROCESSO.** Disponível em: <link>. Acesso em: 01 out. 2024.

NEGREIROS, T. **O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ CONTRATUAL. IN: MORAES, M. C. B DE. PRINCÍPIO DO DIREITO CIVIL CONTEMPORÂNEO.** Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

NUNES, Luís Antônio Rizzatto. **CURSO DE DIREITO DO CONSUMIDOR.** 8ª ed. rev. e atual., São Paulo: Saraiva, 2013.

ROSA, Josemar Santos. **RELAÇÕES DE CONSUMO: A DEFESA DOS INTERESSES DE CONSUMIDORES E FORNECEDORES.** São Paulo: Atlas, 1995.

SILVA, Jorge Alberto, Quadros de Carvalho. **CLÁUSULAS ABUSIVAS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.** São Paulo: Saraiva, 2004.

TARTUCE, F. **DIREITO CIVIL: TEORIA GERAL DOS CONTRATOS E CONTRATOS EM ESPÉCIE.** v. 3. 13.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

VADE MECUM SARAIVA. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **INSTITUI O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.** São Paulo: Saraiva, 2023.