



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO

**A BOA-FÉ OBJETIVA COMO FUNDAMENTO NORMATIVO CÓDIGO CIVIL
E NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

ORIENTANDO: IZABELLA ARAÚJO MAGALHÃES
ORIENTADOR: PROFA DRA CLAUDIA LUIZ LOURENÇO

GOIÂNIA-GO
2025

IZABELLA ARAÚJO MAGALHÃES

**A BOA-FÉ OBJETIVA COMO FUNDAMENTO NORMATIVO CÓDIGO CIVIL
E NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Artigo Científico apresentado à disciplina
Trabalho de Curso II, da Escola de Direito ,
Negócios e Comunicação da Pontifícia
Universidade Católica de Goiás Prof. (a)
Orientador (a): Dra. Claudia Luiz Lourenço

GOIÂNIA-GO
2025

IZABELLA ARAÚJO MAGALHÃES

**A BOA-FÉ OBJETIVA COMO FUNDAMENTO NORMATIVO CÓDIGO CIVIL
E NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Data da Defesa: 21 de Maio de 2025

BANCA EXAMINADORA

Orientador (a): Prof. (a): Dra. Claudia Luiz Lourenço
Nota

Examinador (a) Convidado (a): Prof.(a): PHD Clodoaldo Moreira dos Santos
Nota

A BOA-FÉ OBJETIVA COMO FUNDAMENTO NORMATIVO CÓDIGO CIVIL E NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Izabella Araújo Magalhães¹

RESUMO

Este trabalho explora a interseção entre o direito civil e o direito do consumidor, analisando os princípios contratuais para enfatizar a importância da boa-fé nas relações de consumo. Além disso, destaca a conexão desse princípio com o dever geral de informação. O objetivo é contribuir para uma compreensão mais aprofundada sobre a aplicação da boa-fé nas relações contratuais de consumidor e fornecedor. No Código Civil, ela impõe um padrão de comportamento baseado na lealdade, transparência e cooperação entre as partes, garantindo equilíbrio nos contratos. Já no CDC, a boa-fé objetiva reforça a proteção do consumidor, exigindo que fornecedores ajam de forma ética e informem adequadamente sobre produtos e serviços. Dessa forma, o princípio orienta a interpretação e execução dos contratos, prevenindo abusos e assegurando justiça nas relações jurídicas. A pesquisa é bibliográfica e segue o método hipotético – dedutivo.

PALAVRA-CHAVES : Boa-fé objetiva. Código de Defesa do Consumidor. Vínculo Jurídico entre Consumidor e Fornecedor.

ABSTRACT

This paper explores the intersection between civil law and consumer law, analyzing contractual principles to emphasize the importance of good faith in consumer relations. In addition, it highlights the connection of this principle with the general duty of information. The objective is to contribute to a deeper understanding of the application of good faith in contractual relationships between consumers and suppliers. In the Civil Code, it imposes a standard of behavior based on loyalty, transparency and cooperation between the parties, ensuring balance in contracts. In the CDC, objective good faith reinforces consumer protection, requiring suppliers to act ethically and provide adequate information about products and services. In this way, the principle guides the interpretation and execution of contracts, preventing abuse and ensuring justice in legal relationships.

KEYWORDS: *Objective good faith. Consumer Protection Code. Legal relationship between consumer and supplier.*

¹Aluna do curso de graduação em Direito na Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Email: izbellamagalhaes14@gmail.com

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
1.0 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DIREITO CONSUMIDOR.....	7
2..0 VINCULO JURIDICO ENTRE CONSUMIDOR E FORNECEDOR	10
3.ORGÃOS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR	14
4.PRINCIPIO DA BOA-FÉ	16
5.FALTA DE BOA FÉ ENTRE O FORNECEDOR E O CONSUMIDOR PODE PREJUDICAR.....	19.
6.CONCLUSÃO.....	20
6.REFERÊNCIAS.....	21

INTRODUÇÃO

Este trabalho realizará uma análise do princípio da boa-fé objetiva no contexto dos contratos entre fornecedores e consumidor, que são instrumentos presentes no cotidiano de todas as pessoas, sendo usados para formalizar negócios jurídicos com o objetivo de estabelecer obrigações e deveres para alcançar algum resultado patrimonial. Embora o tema possa parecer complexo, um simples ato, como efetuar uma compra no supermercado, já configura um contrato de compra e venda.

A discussão começará com uma breve abordagem sobre a evolução do conceito de contrato, abordando também os princípios, a natureza jurídica e os limites da liberdade de contratar. A boa-fé é um princípio fundamental no universo jurídico, funcionando como uma norma que orienta comportamentos para garantir a paz e a harmonia nas relações sociais. Dessa forma, sua observância é essencial também no campo contratual, sendo aplicada em todas as etapas do contrato, como será demonstrado ao longo do trabalho.

Assim, qualquer ação que viole os direitos de outra pessoa ou que se afaste dos padrões de bons costumes e diligência, conforme o comportamento esperado de um homem médio, será considerada ilícita, sujeitando o responsável às consequências previstas na legislação civil. O estudo se aprofundará na boa-fé objetiva, explorando seus detalhes e questionando se os agentes envolvidos podem ser responsabilizados por danos causados, tanto antes quanto após a formalização do contrato.

Diariamente, observa-se que consumidores têm seus direitos violados pelas empresas fornecedoras de produtos e serviços. Como resultado, o Judiciário está sobrecarregado de ações relacionadas a essas questões, com consumidores constantemente buscando a reparação de seus direitos. No entanto, os fornecedores de bens e serviços parecem optar por pagar as indenizações, ao invés de adotar medidas para prevenir tais práticas.

1. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DIREITO CONSUMIDOR

Para entender o surgimento do Código de Defesa do Consumidor, é fundamental analisar o contexto da Revolução Industrial. Segundo a doutrina de Cavalier Filho (2010, p.3), "antes da Revolução Industrial, a produção era restrita, pois era artesanal e voltada para o núcleo familiar ou um número reduzido de pessoas".

As relações de consumo naquela época eram baseadas na aquisição ou utilização de produtos ou serviços com um objetivo final, sendo que as obrigações e comportamentos das partes envolvidas eram claramente definidas e esperadas para serem cumpridas.

Com a Revolução Industrial, o comércio se expandiu e se desenvolveu. O aumento populacional e a maior demanda levaram a indústria a produzir mais para atender a um número maior de consumidores. Surgiu então a necessidade de um modelo capaz de oferecer mais produtos e serviços a mais pessoas. Para isso, foi implementada a produção em massa, que reduziu custos e aumentou a oferta.

Após o fim da Segunda Guerra Mundial, com a necessidade de reposição de produtos industrializados, especialmente em países desenvolvidos devastados pela guerra, surgiu um grande problema social: os consumidores começaram a ser vistos como um obstáculo.

De acordo com Oliveira (2010, p.6), "no início do século XX, começou a produção em massa. Nessa nova fase, a fabricação de produtos e a oferta de serviços passaram a ser feitas em larga escala, padronizadas e uniformizadas, visando reduzir os custos de produção e alcançar mais pessoas com a maior oferta".

Foi então que surgiu a Lei nº 8.078/90, que estabelece os princípios do direito do consumidor. Esses princípios são os fundamentos que sustentam o sistema de proteção ao consumidor, considerado a parte vulnerável na relação de consumo. O Código de Defesa do Consumidor adota um sistema aberto de proteção, como afirma Beijamin (2013, p. 410): "os princípios desempenham uma função importante nesse sistema, pois possibilitam a melhor adaptação do texto legal aos casos concretos."

Um dos princípios importantes é o direito de arrependimento, que pode ser visto como um prazo de reflexão obrigatório. Segundo Marques (2002, p.600), esse direito oferece ao consumidor um período para reconsiderar a compra, garantindo-lhe mais segurança e equilíbrio nas relações de consumo.

Além disso, o Código aborda os direitos básicos dos consumidores, oferecendo garantias constitucionais que visam proteger o consumidor, como o direito à vida, à educação, à informação, entre outros. Também trata da segurança do consumidor, proibindo a comercialização de produtos nocivos ou de alto risco (Art. 10, Código de Defesa do Consumidor).

No Brasil, as preocupações com as relações de consumo ganharam destaque entre as décadas de 1940 e 1960. Antes desse período, há poucos registros sobre o tema.

Foi somente a partir dos anos 1940 que surgiram os primeiros textos mais estruturados sobre a proteção ao consumidor. Nesse período, diversas leis foram criadas para as relações de consumo, garantindo maior segurança ao público.

Entre as principais normas aplicáveis estão:

- Lei nº 1.221/1951 – Também conhecida como Lei da Economia Popular, trouxe restrições contra práticas abusivas no comércio.
- Lei Delegada nº 4/1962 – Regulamento sobre questões relacionadas com a defesa do consumidor.
- Constituição de 1967 (com Emenda nº 1 de 1969) – Foi a primeira a considerar formalmente a necessidade de proteção ao consumidor.

A Constituição Federal de 1988 elevou a defesa do consumidor ao *status* de princípio fundamental da ordem econômica. O artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) determina a criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

A evolução do direito do consumidor ganhou força com a Constituição de 1988, que consolidou a proteção ao consumidor como um direito fundamental e um princípio essencial para o funcionamento do comércio. Esse tema é tão relevante que aparece em três momentos dentro da Constituição. Além disso, muitas dessas

garantias foram posteriormente incorporadas ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), que aprofundou a proteção ao público.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi criado para suprir a falta de uma legislação específica, e o (CDC) entrou em vigor em 1991, os consumidores não tinham mecanismos legais eficazes para exigir seus direitos. Se alguém comprou um produto com defeito e o vendedor se recusou a trocá-lo, não havia medidas legais que obrigassem a correção do problema.

Com a criação do CDC, a qualidade dos produtos e serviços melhorou, e as empresas passaram a ter mais responsabilidades em suas relações com os clientes. Além disso, foi estabelecido o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), composto por órgãos públicos como: PROCON, responsável pela fiscalização e atendimento ao consumidor, que garante a qualidade dos produtos; Defensorias Públicas e Promotorias de Justiça, que atuam em defesa do consumidor; Delegacias de Polícia Especializadas e Associações de Consumidores, que prestam apoio jurídico e informativo.

O CDC também distribuiu direitos fundamentais aos consumidores, como: a) Proteção da vida, saúde e segurança; b) Direito à informação clara e precisa sobre produtos e serviços; c) Educação para o consumo consciente; d) Proteção contra propaganda enganosa e abusiva; e) Garantia de contratos justos e equilibrados; f) Direito à indenização em caso de prejuízos.

Com a expansão das compras *online*, foi necessário atualizar a legislação para garantir a segurança nas transações virtuais. Assim, em 2013, foi sancionado o Decreto nº 7.962, conhecido como Lei do *E-commerce*.

Essa norma trouxe novas regras para o comércio eletrônico, tratando de aspectos como: Disponibilização de informações claras sobre produtos, serviços e fornecedores; Direito de arrependimento, permitindo a devolução do produto dentro do prazo previsto; Segurança das informações do consumidor; Normas para ofertas online e compras coletivas; Regras sobre estornos e reembolsos em caso de cancelamento.

Dessa forma, a evolução do Direito do Consumidor no Brasil reflete a necessidade de proteger os cidadãos contra abusos e garantir relações comerciais mais justas e equilibradas.

2. VINCULO JURIDICO ENTRE CONSUMIDOR E FORNECEDOR

A "relação jurídica de consumo" refere-se ao vínculo estabelecido entre consumidores e fornecedores de bens e serviços, no qual ambos possuem direitos e deveres legalmente reconhecidos. Essa relação é regulada principalmente pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), que visa equilibrar as interações entre as partes, garantindo a proteção do consumidor, geralmente considerado a parte mais vulnerável na transação.

Na prática, a relação jurídica de consumo se dá sempre que um indivíduo adquire um produto ou serviço para uso pessoal, familiar ou doméstico, e não para revenda. O fornecedor, por sua vez, pode ser qualquer pessoa física ou jurídica que ofereça bens ou serviços no mercado. A legislação estabelece direitos básicos para o consumidor, como o direito à informação, à segurança, à escolha, à reparação de danos e o direito ao arrependimento, por exemplo.

Essa relação pode envolver aspectos como a oferta, a publicidade, a cobrança de preços, a qualidade dos produtos ou serviços e a responsabilidade por eventuais danos causados ao consumidor. O Código de Defesa do Consumidor tem um papel essencial em assegurar que as condições para esse vínculo sejam justas e equilibradas

O conceito de fornecedor é definido no Código de Defesa do Consumidor (CDC) como qualquer pessoa física ou jurídica, pública ou privada, que forneça produtos ou serviços no mercado de consumo. O fornecedor pode ser o fabricante, o importador, o distribuidor, o comerciante ou qualquer outro que coloque bens ou serviços à disposição do consumidor. Podemos ver no artigo:

Art. 3º da Lei Nº8.078|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. Código do consumidor, 11 de Setembro de 1990.

Em termos mais simples, o fornecedor é a parte responsável por oferecer bens ou serviços ao consumidor, e sua principal obrigação é garantir que o produto ou serviço atenda aos requisitos de qualidade, segurança e informações necessárias para o uso adequado. Além disso, o fornecedor deve cumprir com os direitos estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor, como a responsabilidade por defeitos, informações claras sobre os produtos e a entrega do que foi acordado.

Os fornecedores podem ser classificados em três tipos: o fornecedor real, que está envolvido no processo de fabricação ou produção do produto acabado, de suas partes componentes ou das matérias-primas; o fornecedor aparente, que coloca o produto no mercado utilizando seu próprio nome, marca ou forma, embora não tenha participado da produção ou fabricação do item, ou seja, ele se apresenta no mercado como se fosse o fornecedor real; e o fornecedor presumido, que é o importador de produtos ou aquele que os comercializa sem fornecer uma identificação clara do fabricante, produtor, construtor ou importador do produto.

Conforme definido pelo Código de Defesa do Consumidor, a Lei 8.078/90 (Brasil, 1990), o consumidor é qualquer pessoa física ou jurídica que adquire produtos ou serviços com a finalidade de consumo próprio, ou seja, para uso pessoal e não para revenda. Assim, ao comprar um imóvel, um carro ou um brinquedo, por exemplo, sem a intenção de revendê-los, a pessoa é legalmente considerada um consumidor. Por outro lado, não é considerado consumidor, e, portanto, não está protegido pela Lei 8.078/90, a pessoa física ou jurídica que adquire produtos para revenda ou como matéria-prima para a produção de outros bens.

O consumidor pode ser tanto adquirente de bens, como móveis ou imóveis, quanto de serviços, como conserto de veículos, limpeza de piscina, hospedagem em hotéis, ou serviços bancários, por exemplo.

No entanto, não basta ser considerado consumidor para usufruir da proteção legal especial prevista na lei. Para que essa proteção se aplique, é necessário que do outro lado da relação exista o fornecedor, ou seja, uma pessoa física ou jurídica

que realize determinada atividade comercial de forma profissional, com objetivo de lucro.

Portanto, se alguém compra um carro ou uma bicicleta de um vizinho que não tem a atividade profissional de vender bens, essa transação não estará coberta pela proteção do Código de Defesa do Consumidor. Embora o comprador seja consumidor, o vendedor não é considerado fornecedor, e, portanto, a relação não é regulada por esse código.

Isso não significa que o comprador fique sem proteção jurídica. Se, por exemplo, o veículo apresentar defeitos, o comprador ainda poderá buscar reparação, mas com base em outras leis, principalmente no Código Civil, e não no Código de Defesa do Consumidor. A principal diferença é que o Código de Defesa do Consumidor oferece mais vantagens e instrumentos legais para proteger os interesses do comprador do que o Código Civil.

Embora o Código de Defesa do Consumidor conceda diversas formas de proteção ao consumidor, um exame detalhado de todas essas proteções exige um espaço maior. Como em qualquer área do Direito, uma regra fundamental é que, por mais completa que seja a legislação, sua eficácia depende do conhecimento dos direitos por parte dos cidadãos, para que possam exigir sua observância.

Segundo Kloter e Armstrong (1998, p. 190), "produto é qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para atração, aquisição, uso ou consumo, e que possa satisfazer um desejo ou necessidade". Para Leduc (1973, p. 31), "do ponto de vista comercial, produto é tudo o que o consumidor recebe quando realiza uma compra". Já McCarthy e Perreault Jr. (1997, p. 148) definem "produto como a oferta de uma empresa que atende a uma necessidade".

Quando um consumidor, pessoa física, adquire um pacote de leite, um automóvel, um bilhete de loteria ou uma viagem para um parque temático, ele está buscando satisfazer uma carência, que pode estar em diferentes níveis de sua hierarquia de prioridades.

De acordo com a teoria de Maslow, as necessidades humanas são organizadas em uma hierarquia. Essa hierarquia segue uma escala que vai do mais básico ao

mais elevado, à medida que as necessidades anteriores são atendidas. Essa teoria se baseia em três hipóteses:

1. Temos diferentes necessidades que podem ser hierarquizadas conforme sua importância.
2. Buscamos satisfazer as necessidades que consideramos mais importantes.
3. Após a satisfação da necessidade mais urgente, procuramos atender à necessidade seguinte.

Para os consumidores, a ideia de produto como fonte de satisfação ou benefício é essencial. Portanto, podemos afirmar que um produto deve ser a solução para uma necessidade, seja ela real ou latente, de seus consumidores.

Conforme Gustavo Amarante Bonfim (1995, p. 11), "o produto (P) possui dois valores distintos, dependendo das expectativas do sujeito produtor e do sujeito consumidor. Por um lado, o produto tem o valor de troca, que se realiza por meio de sua comercialização; por outro, tem o valor de uso, através da utilização". Isso significa que o produto tem duas funções: para a empresa que o produz, ele é fundamental para sua sobrevivência econômica, e para o consumidor, o produto oferece o valor de uso, atendendo a suas necessidades.

Bonfim também afirma que as necessidades dos consumidores podem ser de duas naturezas:

- **Necessidades primárias:** alimentação, moradia, vestuário, trabalho e todas aquelas essenciais para a manutenção da existência fisiológica.
- **Necessidades secundárias:** necessidades sócio-psicológicas, como satisfação estética, reconhecimento social, entre outras.

De acordo com Lobäch (2001, p. 42), os produtos podem ser classificados nas seguintes categorias:

- **Produtos de consumo:** aqueles que desaparecem após o uso.
- **Produtos de Uso 1:** para uso individual.
- **Produtos de Uso 2:** para uso de determinados grupos.
- **Produtos de Uso 3:** para uso indireto.

O produto individual é o item principal que atende diretamente às necessidades ou desejos do consumidor final. Ele geralmente é o foco do marketing e está relacionado à experiência direta de compra ou uso. Possui identidade própria. É comercializado diretamente ao consumidor. Sua qualidade e funcionalidades são determinantes na decisão de compra. Um exemplo prático seria: Uma televisão comprada por um consumidor em uma loja de eletrônicos.

O produto indireto, por outro lado, é usado como suporte na produção ou operação de um sistema maior. Ele não está visível para o consumidor final, mas sua existência é fundamental para que o produto individual chegue ao consumidor. É utilizado internamente em processos empresariais. Não é comercializado diretamente ao consumidor final. Tem papel secundário, mas essencial. Pode-se citar como exemplo: Materiais usados na fabricação do produto final, como tinta e peças de montagem de um automóvel.

Embora os produtos individuais sejam o que os consumidores veem e compram, os produtos indiretos são cruciais para que eles existam com qualidade e eficiência. Por exemplo, para vender um ingresso de show, há uma série de produtos indiretos envolvidos, como sistemas de emissão de ingressos e plataformas digitais de venda. Essas diferenças entre produto individual e produto indireto são essenciais para entender cadeias produtivas e modelos de negócios.

3. ORGÃOS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

Existem vários órgãos responsáveis pela proteção e fiscalização, conforme o site do Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP) oferece informações detalhadas sobre a estrutura dos órgãos de defesa do consumidor no Brasil. O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) é regulamentado pelo Decreto Presidencial nº 2.181, de 1997, e reúne diversos órgãos e entidades que atuam de forma integrada para proteger os direitos dos consumidores.

A estrutura dos Órgãos de Defesa do Consumidor pode ser assim apresentada:

1. **Procons** Os Procons são órgãos estaduais e municipais que atendem diretamente os consumidores, oferecendo orientação, mediação de conflitos e fiscalização de práticas comerciais. *Exemplo de atuação:* Resolver reclamações sobre cobranças indevidas ou produtos com defeito.
2. **Ministério Público** Atua na defesa coletiva dos consumidores, promovendo ações civis públicas contra práticas abusivas de empresas. *Exemplo de atuação:* Processos contra empresas que violam direitos de consumidores em larga escala.
3. **Defensoria Pública** Oferece assistência jurídica gratuita para consumidores que não têm condições de arcar com os custos de um advogado. *Exemplo de atuação:* Representar consumidores em ações judiciais individuais.
4. **Delegacias de Defesa do Consumidor** Investigam crimes contra as relações de consumo, como fraudes e publicidade enganosa. *Exemplo de atuação:* Investigar empresas que vendem produtos falsificados.
5. **Juizados Especiais Cíveis** Órgão Jurisdicional que resolvem conflitos de consumo de forma mais rápida e simplificada, geralmente para causas de menor valor. *Exemplo de atuação:* Resolver disputas sobre contratos de prestação de serviços.
6. **Organizações Cíveis de Defesa do Consumidor** Entidades não governamentais que promovem a conscientização e a defesa dos direitos dos consumidores. *Exemplo de atuação:* Campanhas educativas sobre direitos do consumidor.
7. **Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon)** Coordena o SNDC e formula políticas públicas para a proteção do consumidor. *Exemplo de atuação:* Desenvolvimento de plataformas como o Consumidor.gov.br para facilitar a resolução de conflitos.

Esses órgãos trabalham de forma articulada para garantir que os consumidores tenham seus direitos respeitados e possam buscar soluções para problemas de consumo

4. PRINCÍPIO DA BOA-FÉ

O princípio da boa-fé é fundamental, especialmente no momento de interpretação de um contrato, sendo ainda mais relevante quando se considera sua aplicação. Pode-se defini-lo como um guia para a conduta das partes antes, durante e após a formalização de uma relação contratual, exigindo que suas atitudes sejam corretas e pautadas pela ética.

De acordo com GAGLIANO e PAMPLONA (2021, p. 96), "podemos observar que a boa-fé é, antes de tudo, uma diretriz principiológica com base ética e eficácia jurídica. Em outras palavras, a boa-fé é um princípio de fundamento moral que adquiriu caráter jurídico de natureza obrigatória."

Dessa forma, todas as negociações, bem como a execução do contrato, devem ser conduzidas com clareza e integridade. Em uma sociedade desenvolvida, com um mercado amplo de negociações, é essencial estabelecer regras gerais que orientem todo o processo. Não se deve permitir que comportamentos inadequados se tornem aceitáveis pela falta de regulamentação sobre o tema.

O Código Civil Brasileiro, em seu artigo 422, estabelece uma cláusula geral, também chamada de cláusula aberta, que impõe aos contratantes a obrigação de observar os princípios de boa-fé e probidade, tanto na celebração quanto na execução do contrato.

Note-se que a lei não apresenta uma ordem específica sobre como proceder; trata-se de um conceito genérico que cabe ao juiz analisar no caso concreto, levando em consideração um padrão de conduta considerado usual e aceito no contexto e tempo em questão. Além disso, mesmo sem uma regulamentação explícita, a doutrina e a jurisprudência já reconhecem que o dever de boa-fé não se limita às fases de celebração e execução do contrato, abrangendo também as fases pré e pós-contratuais, como será explorado neste trabalho.

Os princípios auxiliam a legislação ao oferecer instruções e fundamentos que legitimam e validam o conjunto de regras do Direito Positivo. Sendo assim, dentro do direito contratual, existem alguns princípios de suma importância, como a autonomia da vontade, a força obrigatória dos contratos, a relatividade dos contratos, a função social do contrato, a boa-fé objetiva e a equivalência material, que serão abordados

a seguir. Primeiramente, por princípio da autonomia da vontade - ou consensualismo -, entende-se como o vetor da liberdade de contratar, onde a voluntariedade é um aspecto indissociável. Para VENOSA (2019, página 15):

Essa liberdade de contratar pode ser vista sob dois aspectos. Pelo prisma da liberdade propriamente dita de contratar ou não, estabelecendo-se o conteúdo do contrato, ou pelo prisma da escolha da modalidade do contrato. A liberdade contratual permite que as partes se valham dos modelos contratuais constantes do ordenamento jurídico (contratos típicos), ou criem uma modalidade de contrato de acordo com suas necessidades (contratos atípicos).

Dito isto, é importante destacar que há uma liberdade de contratar, contudo, é necessário que a mesma seja exercida nos limites da função social do contrato, portanto, é uma autonomia mitigada pelos ditames legais. Ninguém será obrigado a contratar, porém quando fizer, deverá, obrigatoriamente, respeitar alguns preceitos.

A boa fé é um princípio jurídico que remete à honestidade, lealdade e transparência nas relações entre as partes. Nas relações de consumo, ela está ligada à conduta ética e ao respeito mútuo entre consumidores e fornecedores. Existem dois tipos de boa fé:

- **Boa fé objetiva:** Está relacionada ao comportamento esperado pelas normas jurídicas, baseado em padrões éticos gerais.
- **Boa fé subjetiva:** Diz respeito à intenção pessoal de agir com honestidade e sem enganar ou prejudicar o outro.

Importância da Boa Fé nas Relações de Consumo é porque a boa-fé é crucial para manter o equilíbrio e a confiança nas relações entre consumidores e fornecedores. Sem ela, as trocas comerciais se tornariam vulneráveis a práticas abusivas e fraudes. Sua aplicação promove:

- **Segurança Jurídica:** As partes têm certeza de que seus direitos e deveres serão respeitados.
- **Proteção do Consumidor:** Evita práticas enganosas e abuso de poder econômico por fornecedores.

- **Resolução de Conflitos:** Facilita soluções amigáveis, pois estimula a transparência e compreensão mútua.

Além disso a boa-fé inspira vários princípios que moldam as relações de consumo:

1. **Princípio da Confiança** Exige que consumidores e fornecedores atuem de forma confiável, evitando ações que causem prejuízo ou deslealdade. Impacta positivamente ao reduzir práticas como publicidade enganosa ou cláusulas abusivas em contratos.
2. **Princípio da Cooperação** Promove a ideia de colaboração entre as partes para alcançar os objetivos da relação de consumo. Faz com que os fornecedores precisem fornecer informações claras, enquanto consumidores devem agir com responsabilidade.
3. **Princípio da Transparência** Obriga que as informações fornecidas sejam claras, completas e acessíveis. Funciona como garantia de que o consumidor entenda os termos de um contrato ou as especificações de um produto.
4. **Princípio da Equidade** Defende que ambas as partes sejam tratadas com igualdade e justiça. Assim, evita a imposição de condições excessivamente favoráveis ao fornecedor.

Os princípios derivados da boa fé ajudam a equilibrar a assimetria que frequentemente existe entre consumidores e fornecedores. Por exemplo:

- Em contratos de adesão, a boa fé protege o consumidor de cláusulas desvantajosas.
- Em casos de descumprimento de ofertas, a boa fé exige que o fornecedor honre o prometido ou compense o consumidor.

A boa fé, portanto, é a base para promover uma relação de consumo ética e equilibrada, garantindo que os direitos de ambas as partes sejam preservados.

5. FALTA DE BOA FÉ ENTRE O FORNECEDOR E O CONSUMIDOR PODE PREJUDICAR

A confiabilidade entre consumidor e fornecedor é um elemento essencial para o bom funcionamento das relações de consumo. Essa confiança mútua envolve a expectativa de que ambas as partes cumpram com suas obrigações de forma transparente, ética e respeitosa.

Para o consumidor, a confiabilidade se traduz na certeza de que o produto ou serviço adquirido atenderá às suas expectativas e necessidades, conforme prometido pelo fornecedor, e que quaisquer problemas serão resolvidos de maneira justa e eficiente. A confiança do consumidor também depende da qualidade, da durabilidade e da segurança do produto ou serviço, bem como da honestidade nas informações fornecidas.

Para o fornecedor, a confiabilidade vem da garantia de que o consumidor pagará pelo produto ou serviço conforme acordado, sem práticas desonestas ou abusivas, respeitando os termos do contrato. Além disso, a relação de confiança também envolve o respeito à política de devoluções, trocas e garantias, como estipulado por lei.

Essa relação de confiança é protegida e regulamentada por leis, como o Código de Defesa do Consumidor (CDC), que estabelece direitos e deveres tanto para consumidores quanto para fornecedores. O CDC exige que o fornecedor seja transparente, claro e honesto nas suas comunicações, além de garantir que o consumidor tenha acesso fácil e rápido a informações sobre os produtos ou serviços que está adquirindo.

A confiabilidade entre as partes fortalece o mercado e proporciona um ambiente onde ambas as partes podem negociar com segurança. Quando essa confiança é rompida, por práticas enganosas, omissão de informações ou descumprimento de contratos, há uma quebra da relação e o sistema de consumo se torna instável, prejudicando a economia e o bem-estar dos envolvidos.

CONCLUSÃO

A evolução histórica do Direito do Consumidor, desde suas origens até a consolidação da Lei 8.078/90, reflete o crescente reconhecimento da importância da proteção dos direitos dos consumidores em uma sociedade que se torna cada vez

mais complexa e dinâmica. O surgimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi um marco fundamental nesse processo, pois estabeleceu normas claras e eficazes para equilibrar as relações de consumo, protegendo o consumidor, considerado a parte mais vulnerável na relação contratual.

A partir da promulgação da Lei 8.078/90, os princípios que regem as relações de consumo, como a boa-fé, a transparência e a dignidade, ganharam destaque. Estes princípios não apenas moldaram a legislação, mas também influenciaram o comportamento das partes envolvidas, buscando sempre uma atuação ética e justa tanto dos fornecedores quanto dos consumidores.

O vínculo jurídico entre consumidor e fornecedor é essencial para a compreensão das obrigações e direitos de cada parte. O conceito de fornecedor e consumidor é claramente delimitado pelo CDC, sendo fundamental para que as relações comerciais se desenvolvam de maneira ordenada e segura. Além disso, o entendimento dos conceitos de produto e serviço, também definidos na legislação, contribui para a proteção do consumidor em diferentes contextos, assegurando que este tenha acesso a bens e serviços adequados às suas necessidades.

Os órgãos de proteção ao consumidor, como o Procon e outros institutos reguladores, desempenham um papel crucial na fiscalização e no cumprimento das normas, garantindo que os direitos do consumidor sejam respeitados e que práticas abusivas sejam coibidas. Essa fiscalização, em conjunto com os princípios jurídicos da boa-fé e dos contratos, fortalece as relações de consumo e cria um ambiente de confiança entre as partes.

Por fim, a confiabilidade mútua entre consumidor e fornecedor se revela como um dos pilares que sustenta a estabilidade do mercado. A confiança é o alicerce que garante não apenas o cumprimento das normas legais, mas também a continuidade das relações comerciais em um cenário onde os direitos dos consumidores são devidamente protegidos, e os fornecedores atuam com responsabilidade e respeito.

Assim, a legislação consumerista, a vigilância constante dos órgãos competentes e a observância dos princípios éticos e jurídicos são fundamentais para o desenvolvimento de um mercado mais justo, equilibrado e sustentável, onde

ambos os lados da relação, consumidores e fornecedores, possam contar com direitos e responsabilidades claras e respeitadas.

7.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Julio Cesar. A história do direito do consumidor no Brasil Conheça a história e os seus direitos. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/a-historia-do-direito-do-consumidor-no-brasil/464928575>. Acesso em 26/02/2025.

ARAÚJO, Pedro Moura. O princípio da boa fé no Código Civil Brasileiro. Jus Brasil, 04/03/2019. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-principio-da-boa-fe-no-codigo-civil-brasileiro/682235272?msocid=29f3c511d9b46f2034a5d7fad8056e11> Data de Acesso: 30/03/2025.

BESSA, Leonardo Roscoe. A definição legal de consumidor. Disponível em : <https://www.mpdft.mp.br/portal/index.php/conhecampdf-menu/promotorias-justica-menu/prodecon-menu/344-a-definicao-legal-de-consumidor>. Acesso em: 04 jan. 2025

BRASIL. Código Civil (2002). Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Brasília, DF:Presidência da República, [2021]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 04 jan. 2025

BRASIL Código de Proteção e Defesa do Consumidor (1990) Código de Defesa do Consumidor com o Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997 – Brasília: Instituto de Defesa do Consumidor - PROCON/DF. Disponível em: <https://www.procon.df.gov.br/wp-content/uploads/2019/08/Codigo-do-consumidor-FINAL.pdf> Acesso em 26/02/2025

BRASIL. Secretaria Nacional do Consumidor. Conheça o Consumidor.gov.br. Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/principal/?1734138476166>. Acesso em 26/02/2025

COSTA, Patrícia Ayub da. GOMES, Sérgio Alves. O princípio da boa-fé objetiva à luz da Constituição. Publica Direito. Disponível em: http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/salvador/patricia_ayub_da_costa.pdf Data de Acesso: 30/03/2025.

DINIZ, Carlos Eduardo Iglesias. A Boa-fé objetiva no Direito brasileiro e a proibição de comportamentos contraditórios. Série Aperfeiçoamento de Magistrados 1361 10 Anos do Código Civil Aplicação, Acertos, Desacertos e Novos Rumos Volume I Disponível em: https://emerj.tjrj.jus.br/files/pages/publicacoes/serieaperfeiçoamentodemagistrados/paginas/series/13/volumel/10anosdocodigocivil_61.pdf Data de Acesso:30/03/2025.

FONSECA, Alfredo Gehring Cardoso Falchl. Dever de informação decorrente do princípio da boa-fé objetiva . Pulicação do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. Disponível em : <https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/cc17.pdf?d=636808307668908>. Acesso em 26/02/2025.

FURLAN, Alessandra Cristina; ESPOLADOR, Rita de Cássia Resquetti Tarifa; MOLINARI, Simone de Paula. A Boa-Fé no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor. **Revista de Ciências Jurídicas e Empresariais**, [S. l.], v. 10, n. 1, 2015. DOI: 10.17921/2448-2129.2009v10n1p%p. Disponível em: <https://revistajuridicas.pgsscogna.com.br/juridicas/article/view/986>. Acesso em: 26 fev. 2025.

GUGLINSKI, Vitor. Breve histórico do Direito do Consumidor e origens do Código de Defesa do Consumidor. 08/05/2019. Disponível em: <https://meusitejuridico.editorajuspodivm.com.br/2019/05/08/breve-historico-direito-consumidor-e-origens-codigo-de-defesa-consumidor/> Acesso em 26/02/2025.

GUTIER, Murillo Sapia. Introdução ao Direito Civil Constitucional: A Boa-fé Objetiva. Material da 1ª aula da disciplina Fundamentos do Direito Civil, ministrada no curso de pósgraduação lato sensu em Direito Civil e Processual Civil – UNIT (Universidade Tiradentes). Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54406204/BOA-FE-OBJETIVA-NO-DIREITO-CIVIL-MURILLO-SAPIA-GUTIER-libre.pdf?1505159884=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DBOA_FE_OBJETIVA_NO_DIREITO_CIVIL.pdf&Expires=1740598613&Signature=dAmLml-Tlo698-JVUKzgjfcBUKXTI1GBnaHiF7MsBLZYaOS3T8cZ7q0s-3ntNDu46CQ-ZF4-D0pHWFWKWcgzs-pqW9jTyVSladRbjBnl~dFBZlqrmd3rhuFj14xcAQG3AAyMU90tIAQPsA74cV~so0qD-mmPwK0KGdV96Dk8cl4ZR7T3bbsDnkW5ct2-v9u1nnOgyPtlSwTnZReJpQ48G-BcSvzaxwJ0MCRWUk0F7ZNgcgJHQiF4W2kryalkBCy7xUv1-P0FA5IxISbMrgl0b9mOQMxgN7INA4AbExDFLOt3VweK1oMs8PhJujluUz2z17tpFTb2TkZ97XUzYsJw &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA Acesso em: 30/03/2025.

HORA NETO, João A força normativa da boa-fé objetiva / João Hora Neto. - 2021. 273 f. ; 30 cm. Orientador: Prof. Dr. Rodolfo Mário Veiga Pamplona Filho. Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Direito, Salvador, 2021. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/17471/2/JOAO_HORA_NETO.pdf Data de Acesso: 30/03/2025.

MARDEGAN, Adejaime. A boa-fé objetiva no Código Civil. Monografia de final de curso na Universidade Federal do Pará. Campus Marabá. Disponível em: <https://direito.unifesspa.edu.br/images/TCCFADIR/TCCUFPA/2008TCCADEJAIMEMARDEGAN.pdf> Acesso em 30/03/2025.

PAMPLONA FILHO, Rodolfo. HORA NETO, João. A compreensão contemporânea da boa-fé objetiva. Revista Direito UNIFACS – Debate Virtual, n. 250 (2021).

Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/7179> Acesso em: 30/03/2025.

PRADO, Karine Monteiro. O consumidor equiparado do artigo 29 do cdc: 30 anos de uma trilha inacabada. The equivalent consumer from article 29 of Brazil's Consumer's Code: 30 years of an unfinished trail. Revista de Direito do Consumidor | vol. 142/2022 | p. 41 - 73 | Jul - Ago / 2022 , DTR\2022\12118 Disponível em: https://www.mpggo.mp.br/portal/arquivos/2022/12/15/13_36_03_463_O_consumidor_equiparado_do_artigo_29_do_CDC_30_anos_de_uma_trilha_inacabada.pdf Acesso em 26/02/2025.

SILVA FILHO, Solon Ivo da. Derrogação da liberdade contratual e boa-fé objetiva no direito brasileiro. v. 25 n. 1 (2024): DOSSIÊ: O PENSAMENTO JURÍDICO A PARTIR DA HISTORICIDADE DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS. Disponível em: <http://revistas.fcjp.edu.br/ojs/index.php/altuscienca/article/view/332>. Data de Acesso: 30/03/2025.

SILVA, Michael Cesar. Convergências e assimetrias do princípio da boa-fé objetiva no Direito Contratual contemporâneo. RJLB, Ano 1 (2015), nº 4, 1133-1186. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/342621904_CONVERGENCIAS_E_ASSIMETRIAS_DO PRINCIPIO_DA BOA-FE OBJETIVA_NO DIREITO CONTRATUAL CONTEMPORANEO. Acesso em 30/03/2025.

SILVA, Michael Cesar. Matos, Vanessa Santiago Fernandes de. Lineamentos do princípio da boa-fé objetiva no direito contratual contemporâneo . Uma releitura na perspectiva civil constitucional. Disponível em: https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2015/2/2015_02_1559_1603.pdf Data de Acesso: 30/03/2025.

VIAL, René. A normatividade da boa-fé objetiva nos contratos. 20 ANOS DO CÓDIGO CIVIL: reflexões sobre avanços e desafios. Expert Editora. Belo Horizonte. 2022. Disponível em: <https://experteditora.com.br/wp-content/uploads/2022/12/Codigo-Civil.pdf#page=145> Acesso em:30/03/2025.