

## RELAÇÕES DE CONSUMO E AS CONTROVÉRSIAS DO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ NO PARADIGMA DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988

CONSUMER RELATIONS AND THE CONTROVERSIES OF THE PRINCIPLE OF THE GOOD FAITH IN THE PARADIGM OF THE CONSTITUTION OF 1988

Vivianne Rigoldi\*

Thayla de Souza\*\*

Edinilson Donisete Machado\*\*\*

\* Doutora pela Instituição Toledo de Ensino. Mestre em Direito pelo Centro Universitário Eurípides de Marília. Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Especialista em Direito Processual Civil pela Fundação de Ensino Eurípides Soares da Rocha. E-mail: vivirigoldi@gmail.com

\*\*Mestre em Direito pelo Centro Universitário Eurípides de Marília. Pós-Graduada em Direito do Consumidor pela Instituição Damásio Educacional. Pós-Graduada em Direito Civil e Processual Civil pela Universidade Estadual de Londrina. Vice-Presidente da Comissão de Direito do Consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil, subseção de Marília. E-mail: thayla@marinho.adv.br

\*\*\*Doutor em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Mestre em Direito pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Pró-reitor Acadêmico do Centro Universitário Eurípides de Marília. Docente do Centro Universitário Eurípides de Marília e da Universidade Estadual Norte do Paraná, nos Cursos de Graduação e na pós-graduação stricto sensu em Direito. E-mail: edinilson@univem.edu.br

**Como citar:** RIGOLDI, Vivianne; SOUZA, Thayla de; MACHADO, Edinilson Donisete. Relações de Consumo e as controvérsias do princípio da boa-fé no paradigma da Constituição Federal de 1988. *Scientia Iuris*, Londrina, v. 26, n. 2, p. 24-43, julho. 2022. DOI: 10.5433/21788189.2022v26n2p24. ISSN: 2178-8189.

**Resumo:** A proteção ao consumidor e livre concorrência são princípios norteadores da Ordem Econômica Constitucional, previstos no artigo 170, incisos IV e V da Carta de 1988. Disto resulta que, se por um lado a empresa, ancorada a livre concorrência, deve aprimorar seus custos, transparência e competitividade para propiciar condições mais favoráveis ao consumidor, do outro lado, o consumidor, que conta com estatuto jurídico específico que o protege, deve agir com boa-fé ao buscar a tutela que entende fazer jus. Nesta seara, ao lado dos princípios balizadores da Ordem Econômica acima mencionados, ganhará destaque na pesquisa o da boa-fé objetiva que, apesar de não estar expressamente previsto na Constituição Federal Brasileira, pode ser encontrado no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor. A partir de tal princípio, apontar-se-á a relevância desta discussão na relação entre a empresa e consumidor: melhor explicando, o trabalho se desenvolverá com vistas a demonstrar que a boa-fé é princípio que norteia a conduta da empresa, mas também do consumidor. Tudo isto em necessário cotejo com o paradigma constitucional de 1988 que, de fato, trouxe para seu bojo a proteção do consumidor, sem, contudo, olvidar-se da proteção dos negócios, garantindo a defesa da concorrência. A pesquisa será bibliográfica com coleta de dados em material científico e análise de casos concretos.

**Palavras-chave:** boa-fé; consumidor; empresa; livre concorrência.

**Abstract:** Consumer protection and free competition are guiding principles of the Constitutional Economic Order, provided for in article 170, items IV and V of the 1988 Charter. It follows that if, on the one hand, the company, anchored in free competition, must improve its costs, transparency and competitiveness to provide more favorable conditions for consumers, on the other hand, the consumer, who has the specific legal status that protects him, must act in good faith to seek the tutelage he intends to live up to. In this section, along with the aforementioned principles of economic order, the focus will be on objective good faith, which, although not expressly provided for in the Brazilian Federal Constitution, can be found in the Civil Code and the Consumer Defense Code. From this principle, the relevance of this discussion in the relationship between the company and the consumer will be pointed out: better explaining, the work will be developed with a view to demonstrating that good faith is the guiding principle of the company's conduct, but also the consumer. All this in a necessary comparison with the constitutional paradigm of 1988 that, in fact, brought to its heart the protection of the consumer, without, however, forgetting the protection of the business, guaranteeing the defense of the competition. The research will be bibliographical with data collection in scientific material and analysis of current concrete cases.

**Keywords:** Good Faith. Consumer. Company. Free Competition.

## INTRODUÇÃO

A Carta Constitucional de 1988 alçou a proteção ao consumidor e a livre concorrência como princípios norteadores da Ordem Econômica Constitucional, inseridos em disposições específicas - artigo 170, incisos IV e V da Carta Constitucional de 1988 (BRASIL, 1988). Assim, se por um lado a empresa, mediante a livre concorrência, deve aprimorar seus custos, transparência e competitividade para propiciar condições mais favoráveis ao consumidor, do outro lado, o consumidor, que conta com estatuto jurídico específico que o protege, deve agir com boa-fé ao buscar a tutela que entende fazer jus. Sua postura, portanto, deve pautar na boa-fé.

Com efeito, a boa-fé, no âmbito jurídico, trata-se de interpretação a ser dada nas relações contratuais, como em qualquer outra relação jurídica.

O termo tem como origem a expressão “*bona fides*”, que quer dizer sinceridade, confiança, fidelidade, se posicionando antagonicamente a má-fé, que significa malícia, engano.

O Código Civil vigente, Lei nº 10.406/02 (BRASIL, 2002), consagra expressamente a boa-fé em vários de seus dispositivos, conferindo aos Magistrados, não somente o poder de suprir lacunas existentes, como também, o poder de resolver as lides em conformidade com os valores éticos.

Do mesmo modo, o Estatuto do Consumidor, consagrado na Lei 8.078/90 (BRASIL, 1990), trouxe a boa-fé como princípio balizador das relações consumeristas.

Estando, portanto, preclara a importância deste princípio, é necessário analisá-lo sob novo paradigma constitucional esposado na Constituição de 1988 (BRASIL, 1988). Isto, pois, seu modelo revela uma constituição principiológica, cujos princípios ousaram ao tocar na dinâmica do mercado.

Entre os princípios citados, em seus incisos IV e V, a ordem econômica constitucional quis preservar não só o consumidor, mas também a empresa, assegurando a preservação da livre concorrência.

Porém, tem se observado que, cada vez mais, a preservação ao direito do consumidor, por ser considerado o elo mais frágil na relação de consumo, tem gerado insegurança jurídica e até mesmo injustiça. Logo, questiona-se: a falta de debate acerca dos excessos e má-fé do consumidor não tem sido prejudicial para a livre concorrência?

Essa é discussão a que se propõe este trabalho, por meio do método bibliográfico e doutrinário, mesmo porque, as questões aqui levantadas estão longe de uma solução jurisprudencial: fato que demanda grande atenção dos operadores do direito.

## 1 A DEFESA DO CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO JURÍDICO

### 1.1 Origem da Concepção do Instituto da Defesa do Consumidor

As relações comerciais existem desde o período da antiguidade, haja vista que a prática

do comércio estava profundamente enraizada na cultura dos povos.

Segundo Norat (2011), durante a decadência do império Romano, a população, na intenção de fugir da crise, migrou para o campo, tornando-se fundamentalmente campesina, e passaram a se isolar em pequenas vilas, consumindo tão somente aquilo que colhiam.

Com a queda do Império Romano, um novo tipo de organização de sociedade surgiu, conhecida como Feudalismo. Seu modo de produção, indispensavelmente, possuía uma agricultura autossuficiente e amonetária, o que ocasionou com que não mais houvesse uma visão comercial nas relações.

Esse sistema de organização durou somente até a Baixa Idade Média, oportunidade em que a necessidade da população europeia fez com que houvesse uma mudança da estrutura social feudal por uma economia comercial, pois um novo grupo social, que possuía sua estrutura diretamente ligada com o comércio - conhecida como burguesia -, estava se sobrepondo sobre as forças políticas dos senhores feudais.

O movimento das Cruzadas surgiu diante do interesse que a Igreja Católica possuía em disseminar o cristianismo no oriente e combater a expansão dos muçulmanos. Este fato culminou a Revolução Comercial e a reabertura do Mediterrâneo, o que possibilitou a entrada de produtos e especiarias orientais na Europa.

O surgimento desse novo comércio, que foi fortemente estimulado pelos consumidores, sedentos pelos produtos vindos do oriente, fez com que retornasse de volta a invenção do povo Lídio, qual seja, a utilização das moedas nas transações comerciais.

Este período trouxe um grande desenvolvimento comercial, tendo sido o mesmo muito intenso e bem-sucedido, o que ocasionou com que as feiras comerciais se transformassem em vilas e cidades. A disparada da economia fez com que um novo e forte grupo de comerciantes despontasse, visando uma expansão do mercado. Todas essas mudanças bastaram para que se desse início ao capitalismo.

O surgimento do capitalismo infiltrou na cabeça dos europeus a ideia de acúmulo de capitais, de enriquecimento. Com isso, a revolução burguesa caiu por completo, permitindo o início de uma grande revolução na indústria mundial, que se iniciou na Inglaterra e se espalhou por toda a Europa e Estados Unidos.

Segundo Adolfo Mamoru Nishiyama:

Foi com a Revolução Industrial do século XVIII, ocorrida na Europa, e com transformações do liberalismo econômico ocorridas nos séculos XIX e XX que a tutela jurídica do consumidor começou a ser esboçada. Com efeito, o liberalismo atingiu as esferas social, política e econômica, tendo reflexo no Direito com o surgimento do positivismo jurídico, reforçada após a Revolução Francesa com o fortalecimento da lei e do parlamento e a ideia de Direito como sistema jurídico (NISHIYAMA, 2010, p. 47).

Logo, conseqüentemente houve o aumento do consumo, ocasionando então a construção de grandes fábricas para produzir em larga escala. Segundo Divalte Garcia Figueira (2001, p. 198):

A fabricação de cada mercadoria passou a ser dividida em várias etapas, num processo conhecido como produção em série. Concentrado em uma única atividade, o trabalhador especializava-se e aumentava a produção. Essas características acabaram influenciando no custo final do produto. Com mercadorias produzidas por meios mais baratos, era possível aumentar a margem de lucro e o mercado consumidor.

Norat (2011) segue afirmando que, diante disso, os artesãos, que personalizavam aquilo que produziam e vendiam, não conseguiam acompanhar as grandes fábricas que surgiram, o que fez com que tivessem que vender sua mão-de-obra por valores ínfimos para as indústrias.

Objetivando o aumento da produtividade os empresários passaram a explorar o uso de mão-de-obra infantil e feminina – por receberem um pagamento menor que os homens -, os submetendo a jornadas de trabalho excessivas e condições de vida miseráveis.

Essa situação fez com que surgisse os sindicatos, que lutavam pela regulamentação das condições de trabalho as quais os operários eram submetidos.

Apesar de existirem grandes preocupações no campo laboral, diante das condições de trabalho precárias, algo importante aconteceu nesse cenário, pois foi neste momento que deu início a proteção do consumidor.

A industrialização e o crescimento da população das cidades forçaram com que houvesse uma evolução dos meios de transporte e dos meios de comunicação, sendo o jornal escrito o primeiro propagador de notícias; que começou a ser utilizado pelos comerciantes como um mecanismo para ofertar seus produtos, atingindo os consumidores com uma maior amplitude.

A partir daí as relações de consumo cresceram grandemente, passando então, a ser imprescindível que houvesse a criação de mecanismos hábeis para a proteção dos consumidores e de seus direitos, que figuravam em uma posição desfavorável diante das grandes empresas e de comerciantes.

O aumento da produção conseqüentemente aumentou o volume de consumo, passando a chamar a atenção inúmeros registros pelo mundo de confrontos dos movimentos consumeristas, que lutavam no intuito de conquistar segurança e respeito aos consumidores.

Assim, tem-se que o século XX foi um marco para a mudança no sistema de proteção do consumidor. Nesse processo de edificação do Direito do Consumidor, os Estados Unidos foram de suma importância, ao serem destaque nesse processo. Nesta toada, destaca Cavalieri Filho:

Em Nova York, por exemplo, Jhosephine Lowell criou a New York Consumers League, uma associação de consumidores que tinha por objetivo a luta pela melhoria das condições de trabalho locais e contra a exploração do trabalho feminino em fábricas e comércio. Essa associação elaborava “Listas Brancas”, contendo o nome dos produtos que os consumidores deveriam escolher preferencialmente, pois as empresas que os produziam e comercializavam respeitavam os direitos dos trabalhadores, como salário mínimo, horários de trabalho razoáveis e condições de higiene condignas. Era uma forma de influenciar a conduta das empresas pelo poder de compra dos consumidores (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 4).

É possível destacar, ainda na década de 60, o brilhante trabalho que o advogado Ralph Nader realizou na seara da defesa dos consumidores, onde, realizou um relatório no qual aduz que naquela década a maioria dos acidentes automobilísticos eram ocasionados pela falta de segurança dos veículos vendidos ao público (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 4-5).

Porém, foi em 15 de março de 1962, que ocorreu o marco representativo da defesa do consumidor, quando uma Mensagem Especial ao Congresso dos Estados Unidos sobre Proteção dos Interesses dos Consumidores (*Special Message to the Congresso Protecting Consumer Interest*), foi encaminhada pelo Presidente norte-americano, dizendo:

Consumidores, por definição, somos todos nós. Os consumidores são o maior grupo econômico na economia, afetando e sendo afetado por quase todas as decisões econômicas, públicas e privadas [...]. Mas são o único grupo importante da economia não eficazmente organizado e cujos posicionamentos quase nunca são ouvidos (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 5).

Após essa mensagem, a questão da defesa do consumidor se tornou uma prioridade para os sistemas jurídicos de diversos países, o que fez com que, posteriormente, a Organização das Nações Unidas – ONU, passasse a atuar de forma relevante pela proteção dos direitos dos consumidores, com destaque para a Resolução nº 39/248, de 10 de abril de 1985, onde impôs aos Estados que eram a ela filiados, a desenvolver políticas públicas no sentido de proteger o consumidor.

João Batista de Almeida destaca:

O elogiável trabalho da ONU não constituiu, todavia, iniciativa isolada e pioneira, mas é resultado de constante verificação dos problemas que afligiam os consumidores e de como se processavam os mecanismos de proteção nos vários países, notadamente os da Europa. Antes mesmo da manifestação da ONU, diversos países já cuidavam do tema, quer elaborando legislação pertinente, quer criando órgãos que pudessem garantir efetivamente a proteção (ALMEIDA, 2000, p. 8).

A Europa também passou a destacar a importância da defesa do consumidor, segundo Othon Sidou:

A partir de 1971, o Comitê Europeu de Cooperação Jurídica, por intermédio de um Subcomitê de Proteção Legal ao Consumidor, realizou ampla investigação sobre o assunto, chegando a conclusão de que todos os países demonstraram estar dele cuidando legislativa e administrativamente, havendo organizações privadas e órgãos públicos legitimados a atuar em juízo em defesa dos consumidores. Com o surgimento da Comunidade Econômica Européia o direito comunitário europeu conheceu as Diretrizes 84/450 (publicidade) e 85/374 (responsabilidade civil pelos acidentes de consumo) (SIDOU, 1977, p. 18).

Mas, diferente do que se pode imaginar, a criação de condutas e deveres em uma relação

de consumo não é recente, pois, é possível encontrar regras que tinham o intuito de defender e proteger o consumidor em um dos mais antigos documentos jurídicos, conhecido como Código de Hamurabi (PORTAL DHNET, c1995).

Adiante é possível inferir cinco leis (229-233) retiradas do referido Código, que determinavam direitos e obrigações entre os profissionais e às pessoas que contratavam seus serviços:

Lei nº 229 - Se um arquiteto constrói para alguém e não o faz solidamente e a casa que ele construiu cai e fere de morte o proprietário, esse arquiteto deverá ser morto.

Lei nº 230 - Se fere de morte o filho do proprietário, deverá ser morto o filho do arquiteto.

Lei nº 231 - Se mata um escravo do proprietário ele deverá dar ao proprietário da casa escravo por escravo.

Lei nº 232 - Se destrói bens, deverá indenizar tudo que destruiu e porque não executou solidamente a casa por ele construída, assim que essa é abatida, ele deverá refazer à sua custa a casa abatida.

Lei nº 233 - Se um arquiteto constrói para alguém uma casa e não a leva ao fim, se as paredes são viciosas, o arquiteto deverá à sua custa consolidar as paredes (PORTAL DHNET, c1995).

É simples perceber nas leis acima, datados de mais de quatro mil anos, que havia uma grande preocupação em proteger os sujeitos que buscavam os serviços de profissionais no mercado e tinham que lidar com danos ou prejuízos indevidos.

Perscrutadas essas linhas gerais no que diz respeito ao advento da defesa do consumidor pelo mundo, conveniente se faz expor o início desse movimento no sistema jurídico brasileiro.

## 1.2 Da Constituição à Lei 8.078/90

Apesar de atualmente a proteção dos direitos do consumidor ser algo fortemente agasalhado pela legislação, isso nem sempre ocorreu. Foi somente no ano de 1988, com o surgimento da Constituição Federal, que os direitos do consumidor receberam uma maior proteção, pelo fato de terem se tornado cláusula pétrea, previsto no Artigo 5º, inciso XXXII, onde dispõe: “*O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor*”.

Tal dispositivo, é certamente o mais importante no que diz respeito à defesa do consumidor, isso porque, elevou a defesa do consumidor ao posto de direito fundamental, além de que o texto constitucional se trata de um comando impositivo, o que decretou a defesa do consumidor pelo Estado. Para Sérgio Cavalieri Filho (2011, p.11):

Qual o sentido desse dispositivo constitucional e que conclusão dele podemos tirar? Não há nele uma simples recomendação ou advertência para o estado, mas sim uma ordem. “O Estado promoverá a defesa do consumidor”. Promover a defesa do consumidor não é uma mera faculdade, mas sim um dever do Estado. Mais do que uma obrigação, é um imperativo constitucional. E se é um dever do

Estado, por outro lado é uma garantia fundamental do consumidor.

Certo ainda afirmar, que a defesa do consumidor encontra suporte em outro dispositivo constitucional, qual seja, artigo 170, V, que dispõe acerca dos limitadores da ordem econômica:

Art. 170 A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V – defesa do consumidor (BRASIL, 1988).

Logo, claro então que o texto constitucional atribuiu tratamento especial ao consumidor, o favorecendo com diretrizes protetivas bem definidas.

Para atender a diretriz constitucional, no dia 11 de setembro de 1990 foi promulgada a Lei 8.078 (BRASIL, 1990) que consolidou os direitos dos consumidores, passando a ter a ter um novo panorama. Tal situação ocorreu não somente por conta de sua normatização, mas porque a relação de consumo tornou-se norteadora por novos princípios fundamentais.

No bojo da norma em epígrafe, fora criada a Política Nacional das Relações de Consumo, expressamente prevista no artigo 4º do Código de Proteção de Defesa do Consumidor, que estabelece fundamentos, objetivos e princípios fundamentais para a criação de uma política direcionada à realização da defesa do consumidor, que dispõe:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que

possam causar prejuízos aos consumidores;  
VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;  
VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo (BRASIL, 1990).

O artigo acima procurou proteger o consumidor de todas as maneiras, buscando blindá-lo de um mercado voraz e implacável, que muitas vezes segue visando somente a obtenção de lucro a todo e qualquer custo. Tem-se que a maneira mais eficiente para que essa política seja implementada e respeitada é através da educação.

A tarefa de instruir e disciplinar os consumidores e fornecedores a respeito de seus deveres e direitos cabe também ao Estado, conforme tem-se no inciso II do artigo 4º; porquanto este é o papel do Estado na condução na vida econômica da sociedade, devendo interferir nas relações consumeristas, de forma a promover o ensino e a punição de todos os abusos praticados no mercado de consumo.

O art. 5º, por sua vez, prevê exemplificativamente quais instrumentos do Estado que serão utilizados para efetivar e consolidar a política consumerista. Vejamos:

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:  
I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;  
II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;  
III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;  
IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;  
V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990).

Para José Geraldo Brito Filomeno (2016, p. 15), a presença do Estado no mercado de consumo dependerá da ideologia que move a ordem econômica do país. Entende ainda que, como atualmente é praticado a desestatização, ou privatização da economia, ou seja, com a reserva para o Estado, apenas das atividades que digam respeito ao bem comum (no campo político, a manutenção da ordem e segurança internas, no campo jurídico pela busca do Estado de Direito, mediante a criação, execução e aplicação das normas jurídicas; e também no campo social, propiciando a educação, saúde, saneamento básico, lazer, etc), e essa presença, nas relações de consumo, se faz mediante a regulação, disciplina e fiscalização, sobretudo nos serviços públicos concedidos ou permitidos, à luz do artigo 175 da Constituição Federal.

Como notadamente o CDC possui um campo de domínio bastante expressivo, isso mudou a postura dos operadores do direito no tocante às relações jurídicas estabelecidas entre fornecedores e consumidores. Neste sentido, afirma Sérgio Cavalieri Filho (2011, p. 13):

As relações de consumo, portanto, são o campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, qualquer que seja a área do Direito onde ocorrerem. Um campo abrangente, difuso, que permeia todas as áreas do Direito, razão pela qual temos sustentado que o Código criou uma sobre-estrutura jurídica multidisciplinar, normas de sobredireito aplicáveis em todos os ramos do Direito onde ocorrerem relações de consumo. Usando de uma figura, costumamos dizer que o Código fez um corte horizontal em toda extensão da ordem jurídica, levantou o seu tampão e espargiu a sua disciplina por todas as áreas do Direito – público e privado, contratual e extracontratual, material e processual – onde ocorrem relações de consumo.

É preciso ainda levar em consideração que o Código de Defesa do Consumidor trata-se de norma principiológica, pois constitui-se em uma consolidação de princípios de regras jurídicas, possuindo estreita ligação com a Constituição Federal e a ordem econômica. Ademais, trata-se de uma Lei de ordem pública, com caro interesse social, possuindo um alcance jurídico muito mais amplos que as leis positivas (BONATTO; MORAIS, 2010).

Tem-se então que os preceitos do direito do consumidor citados no Código, devem ser interpretadas como princípios jurídicos, possuindo o dever de atuar de forma superior sempre que estiver na presença de qualquer relação de consumo.

Assim, percebe-se que a política nacional, que é fruto da intervenção do estado nas atividades econômicas, além de se fazer presente em artigo específico do código de defesa do consumidor, é fortemente influenciada por princípios basilares que são pulverizados sobre todas as relações de consumo.

Diante do que vimos, é possível concluir que o CDC se firmou no direito brasileiro, e que sua base principiológica serviu para disseminar sabedoria para outros campos e segmentos do sistema jurídico.

## **2 A BOA-FÉ OBJETIVA COMO PRINCÍPIO BALIZADOR DAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Conforme já discorrido, o direito do consumidor é composto por uma base principiológica, que tem como objetivo a correta interpretação e compreensão a respeito da aplicação das regras previstas no Código de Defesa do Consumidor.

Um dos mais importantes princípios diz respeito ao da Boa-fé objetiva, que passou a ser considerado como um elemento responsável por determinar um modelo de comportamento sempre pautado na honestidade e lealdade, proporcionando transparência e harmonia nas relações contratuais, entre consumidor e fornecedor.

Devido sua importância, iremos estudar de forma mais ampla esse princípio.

## 2.1 Bases Legislativas

Conforme já discorrido nos precedentes históricos da defesa do consumidor, é sabido que pós Revolução Industrial, com a evolução do mercado, houve uma expansão do fenômeno contratual, que passou a ganhar uma maior importância.

Fora visto também, que a primeira noção de contrato surgiu na época do liberalismo, no qual a mesma fora estimulada como um meio de crescimento da livre circulação e aquisição de bens.

Importante lembrar que, nesse período, a sociedade experimentava uma passagem entre o feudalismo para a economia de mercado, o que ocasionou com que a autonomia da vontade prosperasse como função primordial na relação contratual. Para Cláudia Lima Marques (2002, p. 44):

Na ciência jurídica do século XIX, a autonomia de vontade era a pedra angular do Direito. A concepção de vínculo contratual desse período está centrada na idéia de valor da vontade, como elemento principal, como fonte única e como legitimação para o nascimento de direitos e obrigações oriundas da relação jurídica contratual. Como afirma Gounot, “da vontade livre tudo procede e a ela tudo se destina.

Assim, verifica-se que para o direito, somente importava a manifestação livre da vontade, sendo que, fora neste período que se expandiu a noção de vício de consentimento, assim como a distinção entre a vontade interna e a vontade declarada.

Ocorre que, com o desenvolvimento da economia, inúmeras outras necessidades sociais fizeram com que a manifestação livre da vontade passasse a não ser suficiente para solucionar as demandas que surgiam.

Isso porque, as grandes empresas passaram a adotar contratos padrões com cláusulas pré-formuladas, ocasionando com que os mesmos não pudessem ser discutidos, o que ocasionou inúmeros prejuízos para o consumidor.

Tal fato acarretou com uma revisão dos antigos valores da sociedade, pois, a liberdade passou a ser vista com restrições, segundo pontua Cláudia Lima Marques (2002, p. 150):

Em muitos casos o acordo de vontades era mais aparente do que real; os contratos préredigidos tornaram-se a regra, e deixavam claro o desnível entre os contratantes – um autor efetivo das cláusulas, outro, simples aderente – desmentindo a idéia de que assegurando-se a liberdade contratual, estaríamos assegurando a justiça contratual.

Diante desses contratos pré-fabricados, ficou simples verificar qual dos sujeitos da relação que estava em desvantagem, isso porque, os cidadãos acabaram aprisionados à vontade das empresas, e conseqüentemente, à interesses que só a elas beneficiavam.

Isso ocasionou com que a autonomia contratual se tornasse um meio para a dominação econômica social da empresa, e não mais um instrumento que servia para promover a liberdade

individual. Segundo Paulo Nalin (2006, p. 24-25):

[...] a autonomia privada se insere no vasto plano do voluntarismo jurídico, em que pese um teórico arrefecimento do seu poder, que se torna mais “discreto e atenuado”, em vista do surgimento de outros valores a serem superados ou, ao menos, a emparelharem com o individualismo egoístico.

Deste modo, na intenção de obter uma equidade na relação contratual, que antigamente era focado somente da liberdade de vontade, passou por um processo de tipificação, despatrimonialização e socialização, fundado agora na boa-fé objetiva.

Assim, os contratos passaram a serem elaborados não mais como uma manifestação exclusiva de vontade das partes, mas sim como um mecanismo que destina-se a promover a justiça contratual.

Surge então, uma nova elaboração de contrato, que define Claudia Lima Marques (2002, p. 101) como:

[...] uma concepção social deste instrumento jurídico, para a qual não só o momento da manifestação da vontade (consenso) importa, mas onde também e principalmente os efeitos do contrato na sociedade serão levados em conta e onde a condição social e econômica das pessoas nele envolvidas ganha em importância.

A partir de então, para que um contrato passe a ser justo e equilibrado, não deve ser somente respeitado a vontade das partes, mas também os efeitos sociais esperados com a relação contratual, a fim de que se propicie proteção ao lado mais fraco da relação.

Logo, a boa-fé passou a integrar como um dos principais fundamentos de uma relação contratual, comediando a atuação das partes à preceitos de lealdade e honestidade.

Importante ressaltar que a boa-fé a que estamos nos referindo é a boa-fé objetiva, e não subjetiva, conforme define Judith Martins-Costa (2000, p. 411):

Por boa-fé objetiva se que significar – segundo a conotação que adveio da interpretação conferida ao § 242 do Código Civil alemão, de larga força expansionista em outros ordenamentos, e, bem assim, daquela que lhe é atribuída nos países da common Law – modelo de conduta social, arquétipo ou standard jurídico, segundo o qual cada pessoa deve ajustar a própria conduta a esse arquétipo, obrando como obraria um homem reto: com honestidade; lealdade, probidade. Por este modelo objetivo de conduta, levam-se em consideração os fatores concretos do caso, tais como status pessoal e cultural dos envolvidos, não se admitindo uma aplicação mecânica do standard, de tipo meramente subsuntivo.

Assim, o princípio da boa-fé passou a servir como regra para as relações derivadas de contratação de qualquer serviço, devendo recair na interpretação dos contratos, sejam eles quais forem. Teresa Negreiros (1998, p. 269) diz:

O princípio da boa-fé nos parece um destes instrumentos jurídicos capazes de conformar o direito civil à hierarquia de valores e de interesses prevista

constitucionalmente. Trata-se, antes de qualquer coisa, de reconhecer que o contrato – como, em regra, as relações obrigacionais – deve ser valorado em seus meios e não segundo a ordem jurídica econômica desenhada na Constituição.

Desta forma, a boa-fé une as partes ao dever de honestidade, predominante a todas as fases do contrato, impedindo que haja um abuso na liberdade de contratar pelo lado que detém maior poder econômico.

Frederico Kastrup de Faro (2009, p. 11) exemplifica que:

[...] numa perspectiva guiada pelo princípio da boa-fé, a incidência dos deveres de lealdade e probidade inicia-se desde que haja o estabelecimento de um contato social qualificado entre dois ou mais indivíduos, de modo que, mesmo existindo um desequilíbrio material entre os seus poderes de barganha, a parte mais forte não poderá exercer a sua autonomia privada em detrimento de legítimas aspirações daquela que se revelar mais fraca.

Importante agora que passemos para o estudo da boa-fé no ordenamento jurídico brasileiro.

## 2.2 A Boa-fé no Código Civil brasileiro

No Código Civil (BRASIL, 2009), a boa-fé encontra-se estampada no artigo 422, como um princípio de cunho social, no qual dispõe que “*os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé*”.

Outros artigos também são de extrema importância, sendo elas, o 113 e o 187, que dispõem, sucessivamente:

Art. 113. Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração.

Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes (BRASIL, 2009).

Nota-se que o artigo 113 possui uma função interpretativa, quando o artigo 187 já diz respeito a uma função de controle dos limites do exercício de um direito.

Pelo disposto no artigo 113, é possível verificar que o princípio da boa-fé está associado não somente ao interesse social de proteção das relações jurídicas, mas, igualmente, ao interesse social de segurança dessas relações.

O artigo 187 prevê em seu bojo a possibilidade do abuso de direito ou exercício regular de direito. Isso significa que, usufruir de um poder, coisa ou direito, além do permitido, acarretando lesão a alguém, traz como consequência o dever de indenizar.

Segundo Célia Barbosa Abreu Slawinski, bem antes de ser positivada no Código Civil, a boa-fé objetiva já servia como princípio não expresso nas relações contratuais, exemplificando sua presença no direito brasileiro:

A primeira inserção pode ser verificada nas Ordenações Filipinas (1603), no Livro I, Título LXII, § 53, e, mais tarde, no Código Comercial (1850), através de norma estabelecida no art. 131, I, cujo potencial não foi aproveitado nem mesmo por nossos melhores comentaristas, os quais não fizeram qualquer consideração acerca da possibilidade de sua utilização, como fonte autônoma de direitos e obrigações. A presença da regra interpretativa da boa-fé pode ser igualmente constatada no Projeto de Código Comercial organizado por Herculano Marcos Inglês de Souza (1911). Em Direito Civil, é no Esboço de Teixeira de Freitas (1855), que se percebe a sua presença pela primeira vez, sendo válido salientar que o iluminado jurista, na Parte Geral, Livro Primeiro, Seção III, destinou alguns artigos ao tratamento da boa-fé dos atos jurídicos, tendo-a identificado como elemento inerente à própria substância destes atos. Além disso, alguns dispositivos podem ser encontrados tanto no Projeto do Código Civil Brasileiro e Comentário de Joaquim Felício Santos (1881), quanto no Projeto de Código Civil Brasileiro de A. Coelho Rodrigues (1893) e na obra Direito Civil Brasileiro Recopilado ou Nova Consolidação das Leis Civis vigentes em 11 de agosto de 1899, do advogado Carlos Augusto de Carvalho [8], os quais, embora não atinentes à boa-fé objetiva, guardam relações de proximidade com esta (SLAWINSKI, 2002).

De acordo com Clóvis Couto e Silva, a boa-fé esteve presente a todo momento no ordenamento jurídico como uma ideia moderna de uma relação contratual:

Quando um código não abre espaço para um princípio fundamental, como se fez com o nosso CC com o da boa-fé, para que seja enunciado com a extensão que pretendem, ocorre, ainda assim, a sua aplicação por ser o resultado de necessidades éticas essenciais, que se impõem ainda quando falte disposição legislativa expressa (SILVA, 1988, p. 39).

Conforme já discorrido, como nas relações contratuais não mais se sustentava a autonomia da vontade, o Estado foi chamado para intervir nas relações consumeristas, na intenção de restabelecer a igualdade e o equilíbrio de forças nas relações entre fornecedores e consumidores.

Logo, como o princípio da boa-fé iniciou sua positivação no campo do direito consumerista, necessário nos aprofundar no estudo de sua evolução no código de defesa do consumidor.

### **2.3 A Boa-fé como Diretriz das Relações de Consumo**

Com o surgimento do Código de Defesa do consumidor, o princípio da boa-fé se tornou uma norma expressa no ordenamento jurídico brasileiro, e, conseqüentemente, de cumprimento obrigatório.

Conforme Cláudia Lima Marques “o código de defesa do consumidor tem como fim justamente reequilibrar as relações de consumo, harmonizando e dando maior transparência às relações contratuais no mercado brasileiro” (MARQUES, 2002, p. 741).

Destaca-se ainda, que o princípio da boa-fé não atua somente para proteção do consumidor, protege também o fornecedor, segundo constata Paulo de Tarso Vieira Sanseverino (2002, p. 277):

[...] nas relações de consumo, o princípio da boa-fé objetiva atua como uma estrada de duas mãos no vínculo que une fornecedor e consumidor, evitando que a proteção concedida pelo microsistema do CDC sirva de escudo para consumidores que, agindo contrariamente ao princípio da boa-fé objetiva, busquem reparação de prejuízos para cuja produção tiveram decisiva participação.

Neste sentido, no intuito de equilibrar as partes nas relações contratuais, o Código de Defesa do Consumidor passou a impor novas obrigações no momento da elaboração do texto contratual. Ensina Cláudia Lima Marques (2002, p. 741) que:

A boa-fé assim concretizada significa transparência obrigatória em relação ao parceiro contratual, um respeito obrigatório aos normais interesses do outro contratante, uma ação positiva do parceiro contratual mais forte para permitir ao parceiro contratual mais fraco as condições necessárias para a formação de uma vontade liberta e racional. Assegurar informação, segurança nas contratações a distância, proteção contra as pressões (Zwang) dos métodos de venda hoje usuais na sociedade de consumo e tempo para reflexão são objetivos legais nesta procura de uma decisão racional do consumidor. A ratio legis do Código de Defesa do Consumidor é justamente valorizar este momento de formação do contrato de consumo, que passamos a analisar. A tendência atual é de examinar a “qualidade” da vontade manifestada pelo contratante mais fraco, mais do que a sua simples manifestação: somente a vontade racional, a vontade realmente livre (autônoma) e informada, legítima, isto é, tem o poder de ditar a formação e, por consequência, os efeitos dos contratos entre consumidor e fornecedor.

Assim, o princípio da boa-fé objetiva passa a impor às partes da relação contratual, tanto os consumidores quanto os fornecedores, que adotem uma conduta, leal, honesta e correta.

É possível encontrar referência à boa-fé objetiva em dois artigos do Código de Defesa do Consumidor, sendo eles o artigo 4º, que indica a Política Nacional das Relações de consumo, já transcrita acima, e o artigo 51, que prediz a nulidade das cláusulas contratuais, que dizem respeito ao fornecimento de produtos e serviços, nas quais estipulem obrigações que são consideradas abusivas, e que deixem o consumidor em desvantagem, ou que deixem que condizer com a equidade e a boa-fé.

Apesar da citação de somente dois artigos, a boa-fé objetiva encontra-se refletida em todo dispositivo legal, tanto na previsão de direitos e deveres no tocante às relações de consumo, quanto nas obrigações dos fornecedores perante os consumidores.

Tal fato acarretou com que a honestidade e a lealdade passassem a ser de observância obrigatória, tornando a manifestação declarada da vontade seja mitigada, em favor das esperanças geradas no momento da contratação de um serviço, ou de alguma compra.

Por fim, necessário frisar mais uma vez que o princípio da boa-fé não atua somente na proteção do consumidor, atua também protegendo toda a relação contratual de consumo, até mesmo protegendo o fornecedor contra práticas de má-fé que possam ser praticadas pelos consumidores.

### 3 DEFESA DO CONSUMIDOR E LIVRE CONCORRÊNCIA: DOIS PRINCÍPIOS DA ORDEM ECONÔMICA

O artigo 174 da Constituição Federal, segundo Antônio Cecílio Moreira Pires e Lilian Regina Gabriel Moreira Pires (2011, p. 105):

[...] é cristalino ao dispor que cabe ao Estado aturar, na ordem econômica, como agente normativo e regulamentador, de sorte a exercer, na forma da lei, as funções de fiscalização, incentivo e planejamento, de forma determinante para o Poder Público e indicativo para a iniciativa privada.

Diante disso, podemos verificar que o artigo 170 da Constituição Federal, responsável por criar a Ordem Econômica pautado na valorização do trabalho e na livre iniciativa, estabeleceu como princípios fundamentais: i) a soberania nacional; ii) propriedade privada; iii) função social da propriedade; iv) livre concorrência; v) defesa do consumidor; vi) defesa do meio ambiente; vii) redução das desigualdades sociais e regionais; viii) busca de pleno emprego; ix) tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no país.

Logo, verifica-se que a livre concorrência e a defesa do consumidor, são consideradas princípios da ordem econômica.

Sabe-se que a livre concorrência é determinada pela competitividade entre as empresas, assegurando aos empresários uma atuação livre dentro do mercado, que seja haja bloqueios jurídicos. Conforme preceitua Lafayette Josué Petter (2009, p. 79):

Um ambiente concorrencial é tão vital que não seria desarrazoado aferir a legitimidade da economia, e os bons frutos que tal ambiente potencialmente pode produzir, pela dimensão que a concorrência efetiva, leal e concreta, toma nos setores específicos: quanto mais concorrência, mais benefícios, não só para os consumidores, mas para estes de um modo especial.

Assim, de um lado temos a atuação das empresas, e do outro, os consumidores, o que garante a competição entre as empresas e a liberdade de escolha dos consumidores, o que acaba fazendo com que os empresários aperfeiçoem sua produção e tecnologia, assim como a diminuir os seus preços, gerando assim condições mais favoráveis para os consumidores.

Bem sabe que muitas vezes, os empresários acabam cometendo abusos no desempenho de suas atividades, o que faz com que o princípio da livre concorrência não signifique uma total renúncia do Estado de intervir no andamento natural do mercado, e sim o oposto, pois para que o mercado funcione de maneira adequada, a intervenção do estado é imprescindível, pois isso evita que uma única empresa tenha um domínio total do mercado.

Nesta toada, ensina Lafayette Josué Petter (2009, p. 80):

O mercado é um bem coletivo juridicamente protegido pois a todos afeta. Logo, quanto melhor ele funcionar mais benefícios trará para todos. Objetiva-se

assegurar uma estrutura e um comportamento dos agentes econômicos de modo que a competição, ao selecionar os mais capazes, faça com que fique potencializada a satisfação das necessidades dos consumidores, com uma eficiente afetação de recursos, estes sempre escassos. Parecem assim bem nítidas as vantagens de um efetivo sistema concorrencial.

Deste modo, tem-se que a Constituição Federal trata-se de uma constituição principiológica, e também muito ousada, haja vista que interferiu na dinâmica do mercado, sendo, porém benéfica à empresa e ao consumidor. Para Lafayete Josué Petter (2009, p. 80-81):

Se a livre concorrência constitui caro princípio da atividade econômica, propiciando competição entre os agentes econômicos atuantes em um determinado mercado, certo é que esta competição pode gerar inegáveis benefícios aos consumidores.

Ainda, segundo Ana Paula Martinez (2004, p. 13):

Protegendo o consumidor, a norma concorrencial visa a estabelecer o equilíbrio das relações no mercado, buscando a equidade e a boa condução dessas relações. O direito concorrencial também tem interesse em buscar a satisfação do consumidor. Tudo quanto produzido só faz sentido porque será consumido pelo consumidor, sendo a satisfação dessas necessidades um incentivo à produção.

Diante disso, observa-se que o Poder Público possui como função a preservação da concorrência, o que garante a satisfação dos interesses dos consumidores, garantindo preços mais baixos, amplo acesso às informações, entre inúmeras outras benfeitorias.

Logo, após verificar que ambos são princípios da ordem econômica constitucional, resta claro que tanto a livre concorrência quanto a proteção do consumidor não podem colidir entre si.

A preservação ao direito do consumidor, por se tratar de elo mais frágil na relação de consumo, não pode despontar de forma exagerada, sendo que a atividade econômica se submete à penoso preconceito, sendo esquecida pela doutrina e demais agentes de direito.

Assim, conclui que a livre concorrência e o direito do consumidor devem ser tratados com igualdade, haja vista que, por serem princípios da ordem econômica, são benéficos tanto para a empresa quanto para o consumidor.

## CONCLUSÃO

Vimos que na época na Revolução Industrial, apesar de existirem grandes preocupações no campo laboral, diante das condições de trabalho precárias, algo importante aconteceu nesse cenário, pois foi neste momento que deu início a proteção do consumidor.

A industrialização e o crescimento da população das cidades forçaram com que houvesse uma evolução dos meios de transporte e dos meios e comunicação, sendo o jornal escrito o primeiro propagador de notícias; que começou a ser utilizado pelos comerciantes como um mecanismo para ofertar seus produtos, atingindo os consumidores com uma maior amplitude.

A partir daí as relações de consumo cresceram grandemente, passando então, a ser imprescindível que houvesse a criação de mecanismos hábeis para a proteção dos consumidores e de seus direitos, que figuravam em uma posição desfavorável diante das grandes empresas e de comerciantes.

Observou-se também, que apesar de atualmente a proteção dos direitos do consumidor ser algo fortemente agasalhado pelo ordenamento jurídico brasileiro, isso nem sempre ocorreu. Foi somente no ano de 1988, com o surgimento da Constituição Federal, que os direitos do consumidor receberam uma maior proteção, pelo fato de terem se tornado cláusula pétrea, previsto no Artigo 5º, inciso XXXII, onde dispõe: “*O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor*”.

Tal dispositivo é certamente o mais importante no que diz respeito à defesa do consumidor, isso porque, elevou a defesa do consumidor ao posto de direito fundamental, além de que o texto constitucional se trata de um comando impositivo, o que decretou a defesa do consumidor pelo Estado.

Com o surgimento do Código de Defesa do consumidor, o princípio da boa-fé se tornou uma norma expressa no ordenamento jurídico brasileiro, e, conseqüentemente, de cumprimento obrigatório.

Assim, o princípio da boa-fé objetiva passa a impor às partes da relação contratual, tanto os consumidores quanto os fornecedores, que adotem uma conduta, leal, honesta e correta.

Tal fato acarretou com que a honestidade e a lealdade passassem a ser de observância obrigatória, tornando a manifestação declarada da vontade seja mitigada, em favor das esperanças geradas no momento da contratação de um serviço, ou de alguma compra.

No último tópico deste trabalho, foi possível observar que a livre concorrência, assim como a proteção do consumidor são princípios que regem a ordem econômica e que devem ser sopesados igualmente.

Assim, constatou-se com este trabalho que o princípio da boa-fé norteia tanto a atividade empresarial, como também a postura do consumidor, logo, não pode colidir entre si.

A preservação ao direito do consumidor, por se tratar de elo mais frágil na relação de consumo, não pode despontar de forma exagerada, sendo que a atividade econômica se submete à penoso preconceito, sendo esquecida pela doutrina e demais agentes de direito. Deste modo, entende que ambos devem ser tratados de forma igual, a fim de que se respeite a ordem econômica e os princípios que a regem.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

BONATTO, Cláudio; MORAIS, Paulo Valerio Dal Pai. **Questões controvertidas no código de defesa do consumidor**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2010.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 22 jun. 2022.

BRASIL. **Código civil**. 20. ed. Curitiba: Juruá. 2009.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 139, n. 8, p. 1-74, 11 jan. 2002. PL 634/1975. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm). Acesso em: 22 jun. 2022.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 11 set. 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm). Acesso em: 22 jun. 2022.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FARO, Frederico Kastrup de. Boa-fé objetiva e dever de cooperação: uma análise sob as óticas do exercício da autonomia privada e da execução do contrato. In: **Revista Trimestral de Direito Civil**. Rio de Janeiro: Padma, 2009.

FIGUEIRA, Divalte Garcia. **História**. São Paulo: Ática, 2001.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**, 14<sup>a</sup> ed., São Paulo: Ed. Atlas, 2016.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

MARTINEZ, Ana Paula. A proteção dos consumidores pelas normas concorrenciais. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 13, n. 52, p. 7-36, 2004.

MARTINS-COSTA, Judith. **A boa-fé no direito privado**: sistema e tópica no processo obrigacional. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

NALIN, Paulo Roberto Ribeiro (org.). **Contratos e sociedade**: princípios de direito contratual. Curitiba: Juruá Editora, 2006.

NEGREIROS, Teresa. **Fundamentos para uma nova interpretação constitucional do princípio da boa-fé**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A proteção constitucional do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NORAT, Markus Samuel Leite. Evolução histórica do Direito do Consumidor. **Âmbito Jurídico**, São Paulo, n. 88, p. 1-13, 2011. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-88/evolucao-historica-do-direito-do-consumidor/>. Acesso em: 22 jun. 2022.

PETTER, Lafayette Josué. **Direito econômico**. 5. ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2009.

PIRES, Antônio Cecílio Moreira; PIRES, Lilian Regina Gabriel Moreira. A Ordem Econômica Brasileira e as Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, 105. In: Ana Flávia Messa, Roque Theophilo Júnior. (Org.). **Estado e Economia - estudos em homenagem a Ademar Pereira**. São Paulo: Saraiva, 2011, v. 1, p. 5-692.

PORTAL DHNET. **Código de Hamurábi**. [S. l.: s. n.], c1995. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/anthist/hamurabi.htm>. Acesso em: 21 jun. 2022.

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Responsabilidade civil no Código de Defesa do Consumidor e a defesa do fornecedor**. São Paulo: Saraiva, 2002.

SIDOU, José Maria Othon. **Proteção ao consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 1977.

SILVA, Clovis Verissimo do Couto e. O princípio da boa-fé e as condições gerais dos negócios. In: SIMPÓSIO SOBRE AS CONDIÇÕES GERAIS DOS CONTRATOS BANCÁRIOS E A ORDEM PÚBLICA ECONÔMICA, 1., 1988, Curitiba. **Anais** [...]. Curitiba: Juruá, 1988. p. 29-41.

SLAWINSKI, Célia Barbosa Abreu. A trajetória da boa-fé objetiva no direito brasileiro. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 7, n. 58, 1 ago. 2002. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/3120>. Acesso em: 22 jun. 2022.

**Como citar:** RIGOLDI, Vivianne; SOUZA, Thayla de; MACHADO, Edinilson Donisete. Relações de Consumo e as controvérsias do princípio da boa-fé no paradigma da Constituição Federal de 1988. **Scientia Iuris**, Londrina, v. 26, n. 2, p. 24-43, julho. 2022. DOI: 10.5433/21788189.2022v26n2p24. ISSN: 2178-8189.

Recebido em 12/08/2020

Aprovado em 09/05/2022