A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR[1]

Idemir Luiz Bagatini[2]

INTRODUÇÃO: É interessante destacar que o legislador não restringe a relação existente entre fornecedor e consumidor como mero negócio de consumo, contrato e sim, como relação de consumo. É uma relação mais abrangente regrada pelo microssistema do Código de Defesa do Consumidor. O CDC é um microssistema, como lei especial sobre relações de consumo e também lei geral, principiológica, em relação à qual todas as demais leis especiais de consumo, presentes e futuras, estarão subordinadas. O Código de Defesa do Consumidor, em relação aos aspectos contratuais, rompeu com a doutrina tradicional do liberalismo civilista defendida pelo Código Civil, de tradição privatista. O código consumerista promoveu algumas mudanças em relação ao direito tradicional. Relativizou o princípio da pacta sunt servanda de acordo com o art. 6º, V; institucionalizou o princípio da boa-fé objetiva como orientação fundamental de acordo com o art. 4º, III e art. 51, IV; se o fornecedor veiculou publicidade ou oferta a lei lhe impôs o dever de prestar declaração de vontade (contratar); o consumidor pode proceder execução específica com base nos arts. 35, I e 84; e por fim o império da autonomia da vontade deve se submeter à ordem pública, consagrando o interesse da coletividade. MATERIAL E MÉTODOS: O Código de Defesa do Consumidor estabeleceu princípios e regras defendendo o consumidor individual, mas deu uma importância ímpar ao direito coletivo. Os doutrinadores são unânimes em destacar a superação do individualismo imposto por essa nova legislação buscando responder às relações modernas de consumo que são mais amplas do que o simples contrato de consumo. A revisão bibliográfica consagra essa nova "filosofia" de mantença da relação de consumo, desprezando a dicotomia existente no direito tradicional de relação extracontratual e relação contratual. RESULTADOS: Há previsão de revisão das cláusulas quando a onerosidade é excessiva para o consumidor na relação de consumo, independente da imprevisibilidade, acontecimento exigido pelo direito civil. É importante destacar que a boa-fé exigida pelo CDC não é a subjetiva que diz respeito às boas intenções ou em relação à ignorância da pessoa ou de qualquer fato do direito. A boa-fé objetiva, como regra de conduta é um dever de as partes agirem conforme os parâmetros da honestidade e da lealdade, a fim de estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. A publicidade e a oferta devem ser suportadas pelo fornecedor que as veiculou ou ofereceu e, caso os produtos ou serviços ofertados ou publicizados forem sonegados aos consumidores poderão exigir do Estado execução específica, depositando o valor do produto ou serviço. Os princípios do CDC forçam a permanência da relação contratual de consumo exigindo do fornecedor a consecução do contrato mediante as promessas realizadas anteriormente pela publicidade ou oferta. CONCLUSÕES: O Código de Defesa do Consumidor superou a limitação do contrato de consumo e estendeu as relações de consumo, abrangendo não somente a autonomia da vontade, mas a oferta, a publicidade, a boa-fé objetiva, a executividade específica e a revisão das cláusulas onerosas para o consumidor.

[1] Pesquisa PIBIC/UNIJUÍ

2 Professor de Direito Civil e de Direito do Consumidor da UNIJUÍ