

A responsabilidade social da empresa nas relações contratuais com base no princípio da dignidade da pessoa humana como fundamento imperativo da ética e da boa-fé objetiva

The company's social responsibility in contractual relations based on the principle of the dignity of the human person as an imperative foundation of ethics and objective good faith

Adriana Martins Silva(1); Marcos Alves da Silva(2); Gonçalo S. de Melo Bandeira(3)

- 1 Doutoranda em Direito. Mestre em Direito Empresarial. Especialista em Direito Processual Civil. Professora na graduação e pós-graduação, orientadora de trabalhos de conclusão de curso, coordenadora do Grupo de Pesquisa e Extensão “Temas Contemporâneos de Direito de Família” junto ao Centro Universitário Curitiba – UNICURITIBA. Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Direito Civil-Constitucional “Virada de Copérnico” pela Universidade Federal do Paraná- UFPR. Advogada nas áreas cível, família e sucessão.
E-mail: adrianamsilva@uol.com.br | Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9612349372893165> | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8229-1192>
- 2 Pos-Doutor pela Universidade Nova de Lisboa. Doutor em Direito Civil pela UERJ. Mestre em Direito pela UFPR. Professor do Programa de Pós-Graduação em Direito Empresarial e Cidadania do UNICURITIBA (Mestrado e Doutorado). Vice-Presidente da Comissão Nacional de Ensino de Direito de Família do IBDFAM. Advogado em Curitiba – PR.
E-mail: marcos@marcosalves.adv.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3868-9435>
- 3 Doutor em Direito pela Universidade de Coimbra (2009). Mestre em Ciências Jurídico- Criminais pela Faculdade de Direito da Universidade Católica Portuguesa (2003). Professor do Departamento de Direito da Escola Superior (Pública) de Gestão do IPCA. Investigador Integrado no JusGov-Universidade do Minho.
E-mail: gsopasdemelobandeira@ipca.pt | ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2338-7976>

Revista Brasileira de Direito, Passo Fundo, vol. 17, n. 1, e4460, janeiro-abril, 2021 - ISSN 2238-0604

[Received/Recebido: fevereiro 8, 2021; Accepted/Aceito: abril 5, 2023;

Publicado/Published: maio 29, 2023]

DOI: <https://doi.org/10.18256/2238-0604.2021.v17i1.4460>

Como citar este artigo / How to cite item: [clique aqui!/click here!](#)

Resumo

A pesquisa abordará a responsabilidade social da empresa nas relações contratuais com base no princípio da dignidade da pessoa humana e sua imperatividade nas relações negociais e mercantis. Buscar-se-á, contudo, esclarecer a eficácia do referido princípio e sua função social baseados na tutela da confiança, na lealdade e na boa-fé objetiva, sob o recorte institucional das atuais relações de consumo.

Palavras-chave: responsabilidade social; relações de consumo; princípio da lealdade; função social.

Abstract

This brief survey will address the Principle of Information and its imperativeness in market relations. This search will, however, clarify the effectiveness of this principle and its social function under the focus of the current institutional consumer relations.

Keywords: consumer relations; principle of loyalty; social function.

1 Introdução

Observa-se que o Direito Civil não prescinde mais da visão principiológica e adota os preceitos constitucionais na metodologia operacional e interpretativa. Na relação contratual, abre espaço para a discussão com relação a uma crise na teoria contratual clássica oriunda principalmente da industrialização e massificação das relações obrigacionais. Urge repensar na nova tendência quanto à constitucionalização do direito privado.

Diante desse panorama, cabe questionar sobre os meios utilizados para operacionalizar os direitos fundamentais consagrados na Constituição Federal de 1988, no âmbito do direito privado, bem como a sua aplicação nas relações contratuais, considerando ainda o princípio da boa-fé objetiva como núcleo do atual direito das obrigações.

Esses fenômenos contemporâneos representam critérios relevantes para a concretização dos princípios fundamentais, notadamente através do exercício hermenêutico dos operadores do direito com relação aos conceitos flexíveis presentes no Código Civil e encarar às relações contratuais, um processo dinâmico. Essas questões que envolvem os direitos fundamentais devem ter como escopo, o atendimento às exigências do Estado Democrático de Direito.

A questão da constitucionalização do direito privado é tema relevante que vem sendo muito discutido atualmente. Observa-se a tendência da doutrina e da jurisprudência em entender que o Direito Civil não prescinde da visão principiológica e abraça os preceitos constitucionais no que diz respeito à metodologia operacional e interpretativa.

Surge a problematização no seguinte aspecto: De que maneira deve ser utilizado a operacionalização dos direitos fundamentais constitucionalmente previstos, no âmbito do direito privado? De fato, no campo das relações contratuais, observa-se uma crise na teoria contratual clássica, oriunda de fatores importantes como a industrialização e a massificação dessas relações. E ainda, cabe ressaltar a influência do positivismo como um sistema filosófico que cerceou os conhecimentos científicos pelo uso exclusivista de métodos das ciências naturais e da matemática, no desprezo as causas primárias e finalísticas dos fenômenos.

Verifica-se a importância de analisar os fenômenos contemporâneos na órbita do direito privado, com ênfase na relação contratual, bem como sua base teórica, incluindo nesse contexto, o princípio da boa-fé como núcleo do atual direito das obrigações e a jurisprudência valorativa. Esses fatores representam um sinal positivo e relevante para a concretização da dignidade da pessoa humana. Através da análise clara e coerente das questões suscitadas, depreende-se conceitos relativamente novos, na utilização de métodos ordenadores do Código Civil, que por sua vez, apresenta-se nos conceitos

flexíveis e a variedade de institutos jurídicos, bem as fontes normativas, numa associação de situações cotidianas, contrárias às normas impostas pelo direito positivo.

A atual perspectiva social, pautada no mercado global, no lucro demasiado e na livre concorrência, abrange uma totalidade subjetiva da qual não há indivíduo que se esquive. Nesse contexto convulso, remodela-se o papel do Estado como gerenciador sociopolítico global e as agências multinacionais tomam o controle dos processos sociais por meio do mercado. Tal situação torna-se o signo da *sociedade da informação*, ilimitada em potencial e deficitária em competência para administrar a situação por ela própria construída. Surge a necessidade de pautar as relações empresariais na tutela da confiança, na lealdade e na bagagem da principiologia constitucional.

Visando defender seus cidadãos de eventuais e consequentes abusos, principalmente advindos das práticas comerciais que avultam no sobredito contexto, o legislador nacional tomou o cuidado de enumerar legislação própria e eficaz aos que podemos elencar como um dos pilares do Estado, sob o âmbito econômico, quais sejam os consumidores. O fez por meio da Lei Federal nº 8.078, promulgada em 11 de setembro de 1990, pela qual se instituiu o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, sob a escolta constitucional, afirmando e assegurando a proteção dos cidadãos predispostos às ações e percalços consequentes das atuais relações comerciais.

2 Constitucionalização do direito privado e a nova relação contratual frente a responsabilidade social da empresa

Houve uma evolução no entendimento acerca da análise quanto à aplicação concreta dos princípios fundamentais e a sua operacionalização através de regras e inovações de institutos no tocante à codificação civil. Na aplicação e interpretação nos conceitos flexíveis presentes no novo Código Civil, predomina a análise dos dispositivos que realçam os direitos fundamentais, principalmente àqueles relacionados à dignidade da pessoa humana. Cabe destacar as lições de Judith Martins-Costa, na abordagem do pragmatismo dos preceitos constitucionais na esfera privada, que de acordo com os conceitos flexíveis, as chamadas “fórmulas ordenadoras” surgem no decorrer da legislação civil para propiciar um ambiente favorável ao exercício hermenêutico e axiológico do aplicador do direito. Há termos como “equidade”, “desproporção manifesta entre as prestações”, “boa-fé”, “fins econômicos e sociais”, “usos do lugar, inseridos nos vários dispositivos da normativa do Código Civil.¹

Os adeptos do ideal positivista, com a iniciativa de limitar o discurso jurídico e o conhecimento, a admissibilidade desses preceitos prestigiavam a constrição epistemológica, que por sua vez, encontrava-se arraigada em uma concepção

1 MARTINS-COSTA, Judith. *Comentários ao novo Código Civil*. Volume V, tomo I: do direito das obrigações, do adimplemento e da extinção das obrigações. Rio de Janeiro: Forense, 2003, p. 8.

mercantilista. Essa ideologia reducionista de separação, a qual é reproduzida pelo ensino jurídico, decorre de uma ótica mecanicista, cuja vontade de uma plausível explicação se fazia necessária com base nas leis matemáticas, desaguando às relações sociais.

A constatação da insuficiência regulatória do direito positivo não é recente principalmente diante da realidade e complexidade dos fatos que se apresentam frente às necessidades e interesses dos cidadãos, sujeitos de direitos e garantias constitucionais.

Existe por outro lado, um movimento que gira em torno da cisão do discurso jurídico, transformando o jurista em simples limitador em juízos de constatação sobre a ordem jurídica, numa atividade meramente avaliativa. Desta forma, as dificuldades da justiça tornam-se irrelevantes, pois há uma indiferença aos efeitos produzidos na aplicação da lei e o juiz precisa tão somente ser o detentor de conhecimentos na estrutura do direito positivado.

O entendimento do jurista Paulo Faraco de Azevedo, a respeito dessas concepções, resulta num discurso jurídico apresentando várias facetas e requer para cada uma dela o surgimento de um ator diferente. Ao jurista *stricto sensu* caberia o conhecimento da estrutura do direito positivo, limitando-se a juízos de constatação sobre a ordem jurídica e para desempenhar esse papel, deveria exercer atividades tipicamente avaliativas, criando um afastamento dos valores e alienado portanto. Sem esse comportamento, o direito positivo não poderia ser exercido².

Posteriormente, se chegou à conclusão de que o desafio é o surgimento de uma nova jurisprudência de valores, uma visão pós-moderna do Direito Civil, com a influência do direito público e principalmente pelo respeito aos direitos fundamentais. Surge uma questão controvertida: quando se trata da eficácia dos direitos fundamentais no âmbito do direito privado, fala-se de eficácia direta ou indireta? No novo contexto, depara-se com variadas descrições da mesma realidade, nas situações da publicização do direito civil; socialização do contrato, relativização da autonomia da vontade.

Outrossim, há inúmeras posições acerca da insuficiência do sistema contratual clássico, inclusive alguns doutrinadores apontaram para a sua desconfiguração diante das exigências atuais de contratação em massa, por exemplo. A questão é que existe uma crise sobre a teoria contratual clássica, principalmente no âmbito da autonomia privada, decorrente do processo de mercantilização do direito privado e da própria relação contratual.

2 AZEVEDO. Plauto Faraco de. *Ecocivilização: ambiente e direito no limiar da vida*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p. 42-43.

3 O princípio da boa-fé no direito privado e a relação com as cláusulas gerais

O Estado Democrático de Direito exige uma nova postura do juiz, que não pode ser mais concebido como mera e passiva boca da lei, exercendo atividade simplesmente mecânica, autorizando uma nova técnica legislativa através das cláusulas gerais. Não há uma prescrição de norma de conduta, mas uma definição nos parâmetros de interpretação, revelando assim uma espécie de atualização em termos de técnica legislativa, exigindo cuidado especial do intérprete, especialmente dos juízes.

As cláusulas gerais se definem em oposição às normas casuísticas, sendo esta uma forma de identificá-las no arcabouço jurídico. Torna-se mais acentuado a missão do juiz, quando diante das cláusulas gerais, no sentido de fundamentar suas decisões, para demonstrar o porquê tais condutas levaram a alicerçar aquela solução para a causa.

O novo Código Civil não ofereceu parâmetros para o poder criativo do juiz nas cláusulas gerais, a melhor solução, face o Estado Democrático de Direito, é reconhecer no texto constitucional a fonte primária dos princípios a serem observados, de modo a eliminar eventuais conflitos de direitos fundamentais. Dentre elas, encontram-se a da boa-fé objetiva, a da função social do contrato e da função social da propriedade;

A boa-fé de que cuida o Código Civil no art. 422 é a boa-fé objetiva, que impõe certos deveres às partes contratantes, possuindo a função de fonte de novos deveres especiais de conduta durante o vínculo contratual. Essa adoção proporcionou limite quanto aos princípios de *pacta sunt servanda* e o da relatividade subjetiva, com o fim de atingir o alcance do conteúdo de tais princípios, sem eliminá-los. Contudo, observa-se que o art. 421 do Código Civil altera profundamente o conteúdo da atividade contratual, exigindo dos contratantes uma postura mais humana e menos egoística ao estipularem os contratos, de modo que a liberdade de contratar encontra-se atrelada no exercício da função social do contrato.

Cabe ressaltar que os chamados deveres anexos decorrentes da boa-fé objetiva não se limitam à conclusão do contrato ou à sua execução, devendo ser observados nas fases pré e pós contratual. É o caso de um dos contratantes disponibiliza informações acerca de seu negócio que, mesmo no caso de não conclusão do contrato, não poderão ser divulgadas, impondo-se, assim, o dever de sigilo. Da mesma forma, a proibição de propaganda enganosa se impõe, ainda, na fase pré-contratual, portanto todas as fases contratuais devem ser presididas pela boa-fé.

A interpretação da cláusula geral contida no art. 422, possibilita a atribuição ao juiz para interpretar o contrato, corrigi-lo se necessário, segundo a boa-fé objetiva. Tal regra, em verdade, já se encontra estampada no art. 113, na parte geral do novo Código Civil, que estabelece que os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos e costumes do lugar de sua celebração.

O texto da professora Judith Martins-Costa³, exemplifica como cláusula geral o art. 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor, e como conceito indeterminado o art. 51, IV, também do Código Consumerista.

Acerca, ainda, da conceituação das cláusulas gerais, vale a transcrição da lição da mencionada professora:

As cláusulas gerais, mais do que um “caso” da teoria do direito pois revolucionam a tradicional teoria das fontes constituem as janelas, pontes e avenidas dos modernos códigos civis. Isto porque conformam o meio legislativamente hábil para permitir o ingresso, no ordenamento jurídico codificado, de princípios valorativos, ainda inexpressões legislativamente, de standards, máximas de conduta, arquétipos exemplares de comportamento, de deveres de conduta não previstos legislativamente (e, por vezes, nos casos concretos, também não advindos da autonomia privada), de direitos e deveres configurados segundo os usos do tráfego jurídico, de diretivas econômicas, sociais e políticas, de normas, enfim, constantes de universos meta-jurídicos, viabilizando a sua sistematização e permanente ressystematização no ordenamento positivo.

Com efeito, ainda na esteira do magistério de Judith Martins-Costa, a cláusula geral constitui uma disposição normativa que utiliza, no seu enunciado, de forma proposital, uma linguagem de tessitura “aberta”, “fluida” ou “vaga”. Esta disposição é dirigida ao juiz que diante do caso concreto, crie, complemente ou desenvolva normas jurídicas, que poderá fazer uso de elementos que estejam fora do sistema, o que evidencia a importância da fundamentação das decisões.

Conclui-se, assim, que para adequada solução judicial de casos, de um sistema aberto, diferentemente do que ocorre num ordenamento jurídico normatizado e fechado, produz profunda alteração no modo de aplicação do Direito, pois o uso da cláusula geral foge do parâmetro das normas tipificadoras de condutas e exige do juiz a prévia fixação da norma de comportamento adequada para o caso.

4 Relações negociais contemporâneas: o mercado sob a ótica da lealdade e confiança nas relações de consumo

A ênfase ao direito público, representada pelo interesse de todos, em detrimento ao direito privado, caracteriza-se pelo interesse de um só, ou de poucos. Nesse certame surge a noção relativa à colisão de princípios em jogo, ou seja, a autonomia de

3 MARTINS-COSTA-Judith. *A Boa-fé do direito privado*. Sistema e tópica no processo obrigacional. São Paulo: Ed., Revista dos Tribunais, 1999.

vontade, consubstanciada na liberdade individual e por outro lado o respeito às regras constitucionais, com base na ideia do bem comum.

A interpretação da cláusula geral contida no art. 422, possibilita a atribuição ao juiz para interpretar o contrato, corrigi-lo se necessário, segundo a boa-fé objetiva. Tal regra, em verdade, já se encontra estampada no art. 113, na parte geral do novo Código Civil, que estabelece que os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos e costumes do lugar de sua celebração, inclusive a observância da cláusula geral inserida no art. 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor, e como conceito indeterminado o art. 51, IV, também do Código Consumerista.

De acordo com Luiz Antonio Rizzato Nunes, o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, em vigor desde 11 de março de 1991, surgiu no ápice de um histórico contexto remetido à sociedade capitalista⁴, o qual culminou, em último passo, com a efetiva globalização dos mercados e, por meio do tráfego intenso e ilimitado da informação, concluiu, até então, um processo mercantil e subjetivo máxime na distribuição mundial dos aspectos econômicos, políticos e sociais congruentes às relações intersubjetivas, bem como, à vida humana⁵.

Componente ativo dessa conjuntura, o progresso tecnológico e o aperfeiçoamento do homem ao uso do maquinário e da matéria prima disponível conduziram à velocidade necessária para a consolidação do atual e revolucionário processo comercial. Com a facilitação da distribuição e do acesso de setores sociais cada vez mais amplos aos produtos e serviços altera-se o paradigma do *mercado*, da produção ao consumo⁶, como modo de sustentação da cultura capitalista moderna e da sociedade de massas.

Como consequência, ocorre a transformação dos contratos, os quais se perdem de sua natureza proprietária e passam a envolver-se numa nova realidade, a do interesse de expor no mercado o maior número possível de bens e serviços⁷. Essa mutação sugere o aperfeiçoamento da base objetiva dos frenéticos negócios jurídicos contemporâneos. Visando adaptar um fundamento jurídico ao atual contexto social, arquiteta-se o contrato de adesão, padronizado, cujos termos são direcionados à sociedade sem sequer investir-se numa interpretação estrito senso, um instrumento objetivo e impessoal, cuja generalidade sugere o mecanismo suficiente para abarcar uma nova realidade mercantil e contratual: os contratos de consumo⁸.

4 Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 4ª ed. São Paulo: Saraiva: 2009. p. 87 e ss.

5 Afinal, numa dimensão política, “o mercado é *uma* (não a única) das formas de organização, de alocação de recursos na sociedade, ou seja, mediante seu funcionamento, os bens são distribuídos entre os indivíduos”. FORGIONI, Paula A. *A Evolução do Direito Comercial Brasileiro: Da Mercancia ao Mercado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009, p. 194.

6 VENOSA, Silvio de S. *Direito Civil*. Vol. II. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2004, p. 382.

7 BELMONTE, Cláudio. *Proteção Contratual do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 39.

8 VENOSA, Silvio de S. *Direito Civil*. Vol. II. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 3; COELHO, Fabio U. *Curso de Direito Comercial: Direito da Empresa*. Vol. III. 7ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 187/188.

Paulo Nalin⁹ expõe que:

O fenômeno da massificação do contrato, como se disse anteriormente, apresenta-se como um inegável dado de modificação da razão lógica que, em verdade, se estabeleceu em todos os cantos em que se encontra o homem deste século.

Contudo, trata-se não apenas de um ciclo pós-moderno¹⁰ pontual, mas de uma transformação histórica no sistema mercantil, a qual se pode remeter às novas condições econômicas e financeiras operadas pela economia global, ao fluxo geograficamente abstrato de capitais, ao consumismo como signo de sucesso e ao resultado desse contexto refletido na diluição do poder regulador do Estado diante da esfera privada, fomentando ainda mais a *teoria da força* nas relações desse âmbito.

Para Bauman, o que difere a atual sociedade mercantil das suas antecessoras é o sentido fundamental da atividade de consumo, e não mais da produção, para a consecução dos objetivos do mercado e propriamente do homem moderno¹¹. Nesse norte, é possível definir que tanto a vontade do cidadão é manipulada pelo nexos econômico da sociedade de consumo, como também, a justificação econômica supera a própria dimensão humanitária do mercado e das relações intersubjetivas¹². Portanto, o *poder* atravessa, hoje, uma conotação fundamentalmente econômica.

De acordo com Benjamin *et al.*¹³:

[...] foram as mudanças sociais e econômicas nos mercados de produção, distribuição e de consumo que, por sua força e importância, levaram à regulação especial do consumo, com a relativização destes antigos dogmas do direito civil e comercial nas novas normas, dentre elas o CDC”.

É nesse prisma de transformação institucional que a ciência jurídica busca atualizar-se em prol da escolta competente e eficaz das relações sociais. Acompanhando

9 *Do Contrato: Conceito Pós-Moderno*. 2ª ed. Curitiba: Juruá, 2007, p. 113.

10 Ou *transmoderno*, como cita COELHO, Luiz F. *Saudade do Futuro*. Florianópolis: Boiteux, 2001, p. 41, afirmando que a sociedade atual ultrapassou a fase pós-moderna e está numa etapa da arquitetura de “novos sentidos organizadores do mundo”.

11 BAUMAN, Zygmund. *Globalização, as Consequências Humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999, p. 87. SANTOS, Boaventura de S. *Os Processos da Globalização*. In: *A Globalização e as Ciências Sociais*. Boaventura de Souza Santos (org.). 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2002, p. 35, afirma que, na sociedade contemporânea, “o conceito de consumidor substitui o de cidadão”.

12 Um contexto que SANTOS, Milton. *Por uma outra Globalização: do Pensamento Único à Consciência Universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000, p. 29, nomeia como a “mais-valia universal”.

13 BENJAMIN, Antonio H V.; MARQUES, Claudia L.; BESSA, Leonardo R. *Manual de Direito do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009, p.36.

o fenômeno histórico, o direito aloca-se, atualmente, na descentralização do aparato legislativo, superando o paradigma civil monista, apoiando-se na constitucionalização do direito, à luz dos direitos fundamentais, para reger o contexto sociopolítico contemporâneo. Conforme expõem os autores, em trabalho recente¹⁴:

É evidente que a política comercial regida pelo CDC flexibilizou a tendência contratual clássica para tutelar a personalidade e, principalmente, a capacidade do sujeito, enquanto consumidor, de expô-la.

O Estado procura volver-se à captação de boa parte do controle que deixa ainda escapar ao gosto dos regentes do sistema econômico global¹⁵, buscando na intervenção diante da autonomia privada a manutenção da equidade nas relações sociais. De acordo com Aguinaldo Allemar¹⁶:

A atuação do Estado no domínio econômico dá-se, principalmente, quando as relações sociais começam a se deteriorar, quando a responsabilidade ética e moral são insuficientes para promover o desenvolvimento social, a justa distribuição de riquezas.

Como conseqüência do gradual aumento da complexidade das relações intersubjetivas, principalmente no âmbito econômico, torna-se presumidamente obrigatória essa intervenção de ordem pública. Ocorre, nessa matemática, certa relativização da própria autonomia da vontade, cujo resultado não se esgota na clássica teoria contratual voluntarista¹⁷. Com isso, modificam-se conceitos e dispositivos em torno da responsabilidade social diante da atual funcionalidade do negócio jurídico, cuja prática se empenha em condições que obrigam os contratantes a observarem certas normas de ordem pública, principalmente no entorno das hodiernas relações de consumo.

14 SILVA, Adriana M.; LENHARDT, Willian P. *Os Direitos Fundamentais nas relações de consumo. A tutela dos Direitos de Personalidade sob a ótica da Lei 8.078/1990*. Revista Âmbito Jurídico, Rio Grande, nº 87, abril/2011. Disponível em http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9377. Acesso em 18/05/2011.

15 A exemplo do contexto econômico citado por COELHO, Fábio U. *Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa*. Vol. III. 11ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 5.

16 *Tutela Estatal e Relação Jurídica de Consumo*. Curitiba: Juruá, 2003, p. 124.

17 BRAGA NETTO, Felipe P. *Manual de Direito do Consumidor: À luz da jurisprudência do STJ*. 3ª ed. Salvador: Podivm, 2009, p. 239.

5 A responsabilidade social da empresa contida no princípio da boa fé objetiva e as atuais relações de consumo

Diante do contexto comercial conturbado no qual está inserida a sociedade contemporânea, fundamental é o esclarecimento, a educação e a conscientização daqueles que participam da base negocial dos contratos mercantis, principalmente ao citarmos as atuais relações de consumo e a crônica instabilidade de forças ali convescentes, as quais induzem ao “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”¹⁸. As atuais práticas comerciais, unidas na propagação da informação sobre produtos e serviços, acabam, por vezes, fugindo aos limites do legal e do moral, induzindo, convencendo e coagindo o sujeito ao consumo de bens e serviços de maneira demasiada e prejudicial, econômica e humanamente falando¹⁹. Logo, indubitável é a necessidade de se escutar o modo como a informação é difundida, bem como, a forma como ela é decodificada pelo consumidor²⁰.

Essa máxima segue as atuais expectativas da sociedade civil, cujas exigências ampliam o patamar de participação dos cidadãos nos processos globais. Como consequência, há o aumento da cobrança quanto à responsabilidade civil em todos os ângulos sociais, e em particular, dos fornecedores de produtos e serviços que se dispõem a obter o lucro por meio das relações de consumo. Para Darcanchy²¹:

Isto indica a necessidade de ampliar o diálogo entre a sociedade civil, as empresas e o Estado (em todos os níveis institucionais), a fim de que a empresa nacional se afirme no atual contexto social, para que possa contribuir para o fortalecimento da democracia e das condições sociais de modo geral.

No que se refere ao remanejamento das instituições sociais, em particular no âmbito econômico, ocorre a ampliação da responsabilidade social daqueles que participam das relações nesse campo. Ao viés do que esclarece Cavallieri Filho²²:

-
- 18 Art. 4º, inciso I, da Lei Federal nº 8.078/1990. Situação que fundamenta o *princípio da hipossuficiência* do consumidor em relação ao fornecedor de produtos e serviços no mercado de consumo. Tal instituto respalda faculdades não apenas ao CDC (v. g., artigo 6º, inciso VIII), mas ao ordenamento jurídico como um todo (v. g., art. 333 do CPC; art. 424 do CC/2002; a *tutela penal* do consumidor, etc.).
- 19 Na abordagem de BARBOSA, Fernanda N. *Informação: Direito e Dever nas Relações de Consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p. 66, a informação acarreta, por vezes, “situações desfavoráveis ao consumidor”.
- 20 Essa complexidade transformou a informação no instituto da publicidade e propaganda, com ramo próprio dentro da sistemática contratual: o “agenciamento da publicidade”. COELHO. *Curso de Direito Comercial*. 7ª ed. Ob cit., p. 175.
- 21 DARCANCHY, Mara V. *Responsabilidade Social da Empresa e Constituição*. In: Revista de Direito Constitucional e Internacional. Ano 16, nº 63, abr.-jun./2008, pp. 195-211, p. 197.
- 22 CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Responsabilidade Civil*. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2007, p. 17.

E como tudo ou quase tudo em nossos dias tem a ver com o consumo, é possível dizer que o Código de Defesa do Consumidor trouxe a lume uma nova área da responsabilidade civil – a *responsabilidade nas relações de consumo* –, tão vasta que não haveria nenhum exagero em dizer estar hoje a responsabilidade civil dividida em duas partes: a responsabilidade tradicional e a responsabilidade nas relações de consumo.

Nesse prisma, a Lei Federal nº 8.078/1990 formalizou na legislação os direitos dos cidadãos dispostos às práticas mercantis ligadas às relações de consumo, já carimbadas no contexto social, porém, apenas atualmente encaradas com o respeito que lhes é devido²³. Com efeito, o CDC respondeu a essa defasagem com a instituição da *responsabilidade objetiva* como base da responsabilidade civil do fornecedor, fundada na *teoria do risco*²⁴ e na natureza de ordem pública emanada de suas normas²⁵.

Ademais, não poderá o fornecedor se exaurir, a seu gosto, por convenção ou pela própria renúncia do consumidor, à responsabilidade que lhe é remetida no contexto legal do CDC²⁶. Apenas o fará em restritas proporções, de acordo com a análise de cada caso concreto²⁷. Sendo assim, fica ele automaticamente disposto aos deveres e obrigações dali emanados, sob pena de incorrer em abuso de direito e condicionar-se à compensação das perdas e danos que resultarem ao consumidor.

De acordo com os ensinamentos de Venosa²⁸, nessa ceara é possível adicionar a faculdade oferecida ao consumidor diante da inversão do ônus probatório do dano. Antes da promulgação da legislação consumeirista, o consumidor era amparado nos dispositivos provenientes do Código Civil de 1916, o que lhe transmitia certa incapacidade numa relação virtualmente sinalagmática, sob o contexto da culpa subjetiva do fornecedor. Somava-se a isso a sujeição do consumidor ao exíguo prazo para reclamar dos vícios redibitórios provenientes do produto ou serviço comercializado, a contar da tradição (art. 178, §2º do Código Civil/1916, atual art. 441). Contava-se, também, com a austeridade processual que maculava a ação do consumidor para realizar o seu direito. De acordo com o sobredito autor²⁹:

23 FORGIONI. *A Evolução do Direito Comercial Brasileiro*. Ob cit., p. 132.

24 CAVALIERI FILHO. *Programa de Responsabilidade Civil*. Ob cit., p. 128, explica que “risco é perigo, é probabilidade de dano, importando, isso, dizer que aquele que exerce uma atividade perigosa deve-lhe assumir os riscos e reparar o dano dela decorrente”. Assim o afirma o legislador, no artigo 927, parágrafo único do Código Civil/2002 e nos artigos 12 e seguintes do CDC.

25 Cujo berço jurídico advém dos dispositivos expostos nos artigos 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V, da Constituição de 1988, bem como, do artigo 48 do ADCT.

26 Conforme artigos 24, 25 e 51, inciso I, do CDC.

27 Art. 14, § 3º do CDC.

28 VENOSA, Silvio de S. *Direito Civil*. Vol. IV. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2003, p. 159 e ss.

29 VENOSA. *Direito Civil*. Vol. IV. Ob cit., p. 160.

Todas essas questões colocavam o consumidor em posição de extrema inferioridade, como verdadeiro títere do poder econômico. A nova era tecnológica não permitia mais a manutenção dessa situação e o ordenamento internacional movimentava-se para modificar a ordem jurídica tradicional.

Nessa *nova era*, tão dependente do esclarecimento transmitido pelos signos vocabulares, com os quais podemos rodar o mundo sem por os pés além da porta de nossas casas, símbolos sem os quais não conseguiríamos reconhecer um produto ou serviço exposto na rede mundial de computadores, ou mesmo, deixaríamos de nos comunicar instantaneamente com quem quer que seja, em qualquer lugar do planeta, é clara a ligação da responsabilidade social disposta na normativa consumeirista em relação ao modo como o fornecedor deve se utilizar da palavra para transmitir ao mundo suas pretensões.

Destarte, é decorrente dessa situação um acréscimo ao que se concebe no contexto da *informação* enquanto norte de esclarecimento e educação do cidadão na sociedade atual: a *sociedade da informação*. Na ficção do consumo, pela qual o legislador tomou o venerável cuidado de escotar de maneira específica, por meio do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078/1990), visando elucidar tanto o consumidor quanto aqueles que indiretamente se dispõem às práticas mercantis³⁰, não apenas em relação aos produtos e serviços disponíveis no mercado, mas também, sobre seus direitos e deveres enquanto cidadãos protegidos pelo ordenamento jurídico nacional, a informação representa não apenas o vínculo à oferta, mas uma responsabilidade em torno do contexto social que acompanha as atuais relações comerciais e humanas.

Como signo da informação à luz de sua função social diante do atual contexto mercantil, é possível aferir que o cidadão não mais se preocupa apenas com a aquisição dos produtos e serviços disponíveis no mercado de consumo. Em maior profundidade, torna-se irrefragável aos fornecedores o esclarecimento sobre as especificidades não apenas em relação à materialidade dos produtos e serviços oferecidos no mercado, mas também, quanto aos processos de produção, incluindo indicações geográficas, ambientais e laborais, bem como, o esclarecimento sobre a política de mercado exercida pelas empresas, as quais, por lei, se comprometem com aspectos éticos e morais ligados aos atuais processos e interesses sociais. Certamente que essa transformação *sociojurídica* acompanha a consciência cidadã mais apurada, concorrente às transformações de nosso tempo.

30 Artigo 29 da Lei Federal 8.078 de 1990. Interessante é a abordagem de COELHO. *Curso de Direito Comercial*. 7ª ed. *Ob cit.*, p. 183 e ss., sobre a concepção do *empresário* enquanto consumidor. Para tanto, referido autor exalta a vertente analógica ou *física*: levando em consideração a relação com um *fornecedor*; e a vertente *econômica*: pela natureza precedente do produto sob o empreendimento, cujos custos por sua aquisição são englobados no lucro computado pelo empresário.

Conclui-se então, sob a ótica do paradigma pontualmente disposto, que o *princípio da informação* passa a pautar muito mais do que o singular *dever de informar*. O referido instituto abarca atualmente uma amplitude infindável de vínculos imperativos que reluzem de diferentes formas a todo o ordenamento jurídico e às relações comerciais, principalmente no campo do consumo, com base na tutela da confiança e lealdade. São ordens apontadas tanto ao produto ou serviço comercializado quanto à relação de consumo, ao próprio consumidor e àqueles que abstratamente se dispõem às práticas negociais.

6 Considerações finais

Diante das transformações sensíveis no mundo negocial contemporâneo, a sistemática consumeirista gradualmente se solidifica no cotidiano do mercado global.

No âmbito nacional, a legislação peculiar trouxe a diluição de um paradigma histórico, maculando o contexto das virtuais relações sinalagmáticas, inserindo em seu seio a *hiposuficiência* como uma das fontes jurídicas de equidade e respeito para com os contratantes consumidores. O norte protetivo especial ao Código de Proteção e Defesa do Consumidor, chamuscado deste princípio geral da política das relações de consumo, se ligam a todas as demais instituições particulares ao ambiente consumeirista, com escopo na boa-fé objetiva, na honestidade, na confiança e nas tratativas negociais ao atendimento às expectativas da sociedade atual globalizada.

Observa-se que a justiça e a injustiça estão separadas por uma linha tênue, e frágil. Uma ação mal calculada pode quebrá-la. Faz-se necessária à consciência moral e ética, que expressa não somente vontade social, mas sim a satisfação dos indivíduos dentro da coletividade.

A justiça, segundo o pensamento do professor Miguel Reale³¹ nada mais é do que a aspiração humana, assim, teremos que dissociar a lei da justiça, mas se fizermos isso, viveremos em estado natural, e sem justiça prevalece a lei do mais forte. Neste sentido cabe a lei promover a justiça, cumprindo um dos papéis fundamentais do Estado Democrático de Direito que é apaziguar a sociedade, e isso significa expressar na lei a vontade popular, não passar sobre as pessoas, para não correr o risco de ser um Estado Ditador e não Social e de Direito.

É justamente a partir do *Código Reale* que a boa-fé assumiu a posição de princípio estruturante de toda relação negocial no direito privado brasileiro. Dela deriva o princípio da proteção da confiança, que tem por escopo a defesa das legítimas expectativas que nascem entre os contratantes, quando pactuadas as obrigações que mutuamente são assumidas, criando entre ambos um vínculo contratual. Os motivos da contratação, quando razoáveis e advindos da boa-fé, integram a relação contratual, protegendo as legítimas expectativas dos consumidores.

31 REALE, Miguel. *Filosofia do direito*. 20 ed. 2002.

Destaca-se nos comentários do próprio reformador quando tratou da boa-fé objetiva nesses termos: “É que está em jogo o princípio de confiança nos elaboradores das leis e das avenças, e de confiança no firme propósito de seus destinatários no sentido de adimplir, sem tergiversações e delongas, aquilo que foi promulgado ou pactuado”, referindo-se ao objeto lícito, neste está implícita a sua configuração conforme a boa-fé, devendo ser declarado ilícito todo ou parte do objeto que com ela conflite”.³²

Outrossim, registre-se novamente que a ética, a boa-fé, a honestidade e a proteção da confiança são postulados que se completam.

Nesse desiderato, é possível visualizar a importância da nova roupagem na relação direta entre o princípio da autonomia da vontade e a principiologia constitucional nas relações negociais e principalmente nas relações de consumo, no direito privado brasileiro.

32 Idem, p. 7.

Referências

- ALLEMAR, Aguinaldo. *Tutela Estatal e Relação Jurídica de Consumo*. Curitiba: Juruá, 2003.
- BAUMAN, Zygmund. *Globalização, as Conseqüências Humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BARBOSA, Fernanda N. *Informação: Direito e Dever nas Relações de Consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.
- BELMONTE, Cláudio. *Proteção Contratual do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.
- BENJAMIN, Antonio H V.; MARQUES, Claudia L.; BESSA, Leonardo R. *Manual de Direito do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.
- BRAGA NETTO, Felipe P. *Manual de Direito do Consumidor: à luz da jurisprudência do STJ*. 3ª ed. Salvador: Podivm, 2009.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Responsabilidade Civil*. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- COELHO, Fabio U. *Curso de Direito Comercial: Direito da Empresa*. Vol. III. 7ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- COELHO, Fabio U. *Curso de Direito Comercial: Direito da Empresa*. Vol. III. 11ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- COELHO, Luiz F. *Saudade do Futuro*. Florianópolis: Boiteux, 2001.
- DARCANCHY, Mara V. *Responsabilidade Social da Empresa e Constituição*. Revista de Direito Constitucional e Internacional. Ano 16, nº 63, abr.-jun./2008, pp. 195-211.
- FORGIONI, Paula A. *A Evolução do Direito Comercial Brasileiro: Da Mercancia ao Mercado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.
- MARTINS-COSTA-Judith. *A Boa-fé do direito privado*. Sistema e tópica no processo obrigacional. São Paulo: Ed., Revista dos Tribunais, 1999.
- NALIN, Paulo. *Do Contrato: Conceito Pós-Moderno*. 2ª ed. Curitiba: Juruá, 2007.
- NUNES, Luiz A. R. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4ª ed. São Paulo: Saraiva: 2009.
- REALE. Miguel. *Filosofia do direito*. 20 ed. 2002.
- SANTOS, Boaventura de S. *Os Processos da Globalização*. In: A Globalização e as Ciências Sociais. Boaventura de Souza Santos (org.). 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.
- SANTOS, Milton. *Por uma outra Globalização: do Pensamento Único à Consciência Universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SILVA, Adriana M.; LENHARDT, Willian P. *Os Direitos Fundamentais nas relações de consumo. A tutela dos Direitos de Personalidade sob a ótica da Lei 8.078/1990*. In: Revista Âmbito Jurídico, Rio Grande, nº 87, abril/2011. Disponível em http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9377. Acesso em: 18 maio 2011.

SPECHT, Claudio. *Introdução ao Estudo do Direito: Reflexões Sociopolíticas*. Curitiba: Juruá, 2001

VENOSA, Silvio de S. *Direito Civil*. Vol. IV. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

VENOSA, Silvio de S. *Direito Civil*. Vol. II. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VENOSA, Silvio de S. *Direito Civil*. Vol. II. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.