

A APLICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS GERAIS DO DIREITO NO DIREITO DO CONSUMIDOR CONTEMPORÂNEO E SUA CONTRIBUIÇÃO NA VIDA DOS BRASILEIROS

Macgawer Macedo Mori (Acadêmico)

Franco de Velasco e Silva (Orientador)

Recentemente inseridas no direito brasileiro, as normas de proteção ao consumidor são de relevante importância nas relações econômicas, principalmente para o comércio do país, haja vista que todos os seres humanos são ao menos consumidores em potencial de algo. Entretanto essas normas só foram introduzidas em nosso ordenamento por mandamento expresso na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, constituição essa que tem sua essência em princípios. Seguindo tendência constitucional e do direito contemporâneo, o Código de Defesa do Consumidor contemplou em seu bojo princípios implícitos e explícitos, dentre os quais encontra-se nosso objeto de estudo: os da Boa fé e Confiança, que são importantíssimos para a compreensão do diploma em tela, inclusive no que tange ao capítulo das práticas comerciais, que trata em alguns artigos de regular todas as fases de um contrato celebrado entre consumidor e fornecedor. Confrontados princípios e regras escritas no capítulo supra citado, podemos encontrar uma interpretação do Código, que nos remete a uma conduta considerada ideal nas relações de consumo, sendo inclusive o que se busca hoje através dos órgãos de defesa do consumidor, favorecendo assim não somente o consumidor mas também o fornecedor, já que realizaria mais negócios e poderia contabilizar lucros maiores se obtivesse a confiança plena da outra parte. Dessa forma mostramos como partes que sempre serão antagônicas podem se respeitar e assim encontrarem um campo neutro para realizar suas atividades, sempre com observância à Boa fé e Confiança recíprocos, tornando essa conturbada relação, ao menos tolerável, contribuindo para uma sociedade mais fraterna e uma economia mais próspera.

Apoio: BIC/PROPE/PUC Goiás

Palavras-Chaves: 1) Princípios; 2) Direito do consumidor; 3) Proteção do Consumidor; 4) Boa fé; 5) Confiança