

A proteção do consumidor pelo Estado, o que se deu no Brasil a partir da entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, em março de 1991, inaugura uma nova fase do Direito Obrigacional brasileiro. A partir da análise dos princípios orientadores da nova Lei, busca-se uma redefinição da noção de oferta e de cláusulas abusivas, outrora disciplinadas pelo Código Civil Brasileiro. Por força dos princípios da boa-fé e da transparência nas relações de consumo tem-se, de um lado, a vinculação da oferta publicitária e de quaisquer informações veiculadas pelo fornecedor ao contrato que este visa estabelecer, bem como, de outro, a vedação à inserção de cláusulas em contratos consideradas abusivas, em função, por exemplo, da sua excessiva unilateralidade ou onerosidade para o consumidor, ou, ainda, por contrariar a boa-fé que deve guiar as relações na sociedade. Examinam-se, por fim, as sanções advindas do descumprimento da norma de ordem pública citada, assim como o tratamento do tema nos países que integram, ao lado do Brasil, o Mercado Comum do Sul.