



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS JURÍDICAS**

**ANNE AUGUSTA ALENCAR LEITE REINALDO**

**A PROTEÇÃO JURÍDICA À HONRA DO CONSUMIDOR  
SUPERENDIVIDADO DIANTE DAS PRÁTICAS ABUSIVAS  
DO FORNECEDOR DE CRÉDITO**

**João Pessoa  
2010**

**ANNE AUGUSTA ALENCAR LEITE REINALDO**

**A PROTEÇÃO JURÍDICA À HONRA DO CONSUMIDOR  
SUPERENDIVIDADO DIANTE DAS PRÁTICAS ABUSIVAS  
DO FORNECEDOR DE CRÉDITO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Jurídicas da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Direito Econômico.

Área de concentração: Direito Econômico.

Orientador: Prof. Dr. Fernando A. de Vasconcelos.

**João Pessoa  
2010**

**ANNE AUGUSTA ALENCAR LEITE REINALDO**

**A PROTEÇÃO JURÍDICA À HONRA DO CONSUMIDOR  
SUPERENDIVIDADO DIANTE DAS PRÁTICAS ABUSIVAS  
DO FORNECEDOR DE CRÉDITO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Jurídicas da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Direito Econômico.

Data de aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2010

Banca examinadora:

---

Prof. Dr. Fernando A. de Vasconcelos - UFPB  
(orientador)

---

Prof. Dr.

---

Prof. Dr.

Aos meus pais Alcides e Joana; à  
minha filha Letícia e ao meu esposo  
Ítalo. Com aqueles encontrei a vida,  
com estes a vida me encontrou.  
Dedico.

## AGRADECIMENTOS

Inicialmente, a Deus, bem maior de minha vida, presente em todos os momentos dela, capacitando-me a trilhar os caminhos da mesma, sempre com dignidade e fé no coração.

Aos meus pais, Alcides e Joana. A ele, agradeço pelos ensinamentos deixados, pois há seis anos zela por mim e intercede junto a Deus por todas as adversidades e vitórias de minha vida; ela, continua presente constantemente em minha vida, sendo motivo de inspiração de mulher guerreira e de fé, a qual agradeço por tudo que sou e que possuo.

À minha filha Letícia Augusta e ao meu esposo Ítalo, instrumentos de Deus na minha vida, sempre me inspirando, guiando, aconselhando, amando, razões de minha luta presente e de projetos futuros. Com estes encontrei a alegria de amar e ser amada. Agradeço o apoio de todos os dias, em especial, nos dias de elaboração deste trabalho.

Ao meu irmão Rodolfo Augusto, que sempre será capital na minha vida e na minha história, pela cumplicidade e irmandade.

À minha avó, Francisca Figueiredo de Alencar, que, no início, fez-se presente na elaboração deste trabalho e que serviu de inspiração para o estudo deste tema, frente os abusos sofridos por ela na seara consumerista; contudo, fisicamente não se encontra mais em nosso convívio, mas permanece viva em nossos corações, na qual agradeço a todos os membros desta linda família.

Ao meu inestimável orientador, Professor Fernando Antônio de Vasconcelos, agradeço não só a orientação acadêmica, realizada de forma sábia e magnífica, mas também pela figura humana que ele representa a quem tenho profunda admiração e respeito pela competência e seriedade.

Aos meus amigos e amigas, pessoas admiráveis e abençoadas, aos quais agradeço nas figuras de Andréa Gadelha – aos que convivem comigo há anos – e de Duina Porto – aos que me deram a alegria da convivência neste Mestrado Acadêmico. De forma especial, agradeço *in memoriam* há Tiago Olímpio, pela alegria que nos passou em todo o tempo vivido como colegas do Mestrado.

Aos meus professores que ministraram importantes disciplinas neste Mestrado, e àqueles que não me ensinaram na sala de aula, mas que lecionam na vida. Aos funcionários desta Instituição, que juntamente com os docentes, contribuíram significativamente para a elaboração deste trabalho.

À Simone Calixto e a todos que, de alguma forma, contribuíram para o resultado final deste trabalho acadêmico.

*O temor ao Senhor, eis a sabedoria;  
fugir do mal, eis a inteligência.*

(Jó, 28,28)

## RESUMO

Este trabalho teve por objeto o estudo da proteção conferida pela legislação consumerista ao direito à honra do consumidor superendividado diante das práticas abusivas cometidas pelo fornecedor de crédito. Através de uma pesquisa essencialmente bibliográfica, fez-se um estudo sobre a problemática desse tema, procurando enfatizar os aspectos principais a ele relacionados. Percebe-se, na atual conjuntura do mercado de consumo, que o crédito é a mercadoria capital nas negociações do consumidor com o fornecedor, porque representa *status* e melhoria de vida, configurando-se como o termômetro da dignidade do consumidor na sociedade, de modo que quem não possui crédito na praça não é valorizado enquanto ser humano. A facilidade na concessão do crédito, a vulgarização do mesmo e a ausência de legislação pontual que regulamente a matéria são fatos geradores do fenômeno social do superendividamento. Considerado pela doutrina como uma questão de saúde pública, o endividamento exagerado do consumidor compromete, na maioria das vezes, o pagamento de suas dívidas, levando-o a se tornar inadimplente e a ser cobrado pelos fornecedores, normalmente por meio de condutas abusivas defesas pelo CDC, sendo violada assim, a honra do consumidor e, conseqüentemente, seus direitos fundamentais e personalíssimos. A Lei 8.078/90 reprime tais práticas abusivas e, de forma implícita, protege a honra do consumidor diante do cometimento das mesmas. Nesse aspecto, surge a necessidade da tutela jurídica aos direitos da personalidade do consumidor no âmbito das relações de consumo, sendo imprescindível o combate aos fatos geradores do superendividamento e às práticas abusivas do fornecedor diante da cobrança realizada ao consumidor.

**Palavras-Chave:** Crédito. Superendividamento. Inadimplência. Direito à Honra. Cobrança Abusiva.

## ABSTRACT

The objective of this work is the study of the protection granted by the consumer legislation regarding the rights of honor of over-indebted consumers in face of the unfair practices committed by credit suppliers. By means of an essentially bibliographic survey, a study was carried out on the problems surrounding this subject, looking to emphasize the principal aspects related to the same. The current consumer market scenario reveals that credit is the capital merchandise in consumer business with suppliers, because it represents status and a better lifestyle, acting as a kind of thermometer for consumer dignity in society, in the sense of whoever doesn't have credit on the market has no value as a human being. The ease with which credit is granted, the popularization of the same and the absence of appropriate legislation regulating the issue all lead to the social phenomenon over-indebtedness. Considered a matter of public health by doctrine, exaggerated consumer debt almost always jeopardizes the payment of debts, leading to delinquency and being charged by suppliers, normally using unfair practices defended by the CDC, thus violating the honor of consumers and, consequently, their fundamental and personal rights. Law 8.078/90 restrains such abusive practices and implicitly protects the honor of the consumer in face of the commitment of the same. In this aspect, the need arises for legal tutoring of consumer rights in the scope of consumer relations, an indispensable part of which should be the combating of the causes of over-indebtedness and the abusive practices of suppliers in relation to consumer collection.

**Keywords:** Credit. Over-indebtedness. Delinquency. Right of Honor. Abusive Collection.



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 CAPÍTULO I - A PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR: ORIGENS HISTÓRICAS, EVOLUÇÃO, CONCEITOS E DIREITOS NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA .....</b>	<b>14</b>
2.1 Aspectos históricos da proteção pontual do consumidor .....	14
2.1.1 Tutela internacional .....	17
2.1.2 Defesa do consumidor no Brasil: evolução legislativa.....	19
2.2 A Proteção Constitucional do Consumidor .....	21
2.2.1 A defesa do consumidor como princípio geral da atividade econômica ....	23
2.3 O direito do consumidor e o direito privado: a saída do monossistema jurídico .....	27
2.3.1 O surgimento do CDC e os conceitos consumeristas .....	30
2.3.1.1 Consumidor.....	34
2.3.1.1.1 Consumidores equiparados.....	36
2.3.1.1.2 A pessoa jurídica como consumidora.....	37
2.3.1.2 Fornecedor.....	38
2.3.1.3 Direitos básicos do consumidor no CDC.....	40
<b>3 CAPÍTULO II - SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR, A CONCESSÃO DO CRÉDITO E A INADIMPLÊNCIA: A RELAÇÃO INTRÍNSECA EXISTENTE ENTRE OS INSTITUTOS.....</b>	<b>42</b>
3.1 Causas históricas e atuais do crédito ao consumidor, o reflexo em seu sobreendividamento e a inadimplência no cenário brasileiro e internacional .....	42
3.1.1 O crédito e os aspectos responsáveis pelo endividamento e inadimplemento do consumidor .....	43
3.1.1.1 Facilidade na concessão do crédito.....	44
3.1.1.2 Oferta e publicidade na venda do crédito.....	50
3.1.1.3 Crédito nos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento.....	52
3.1.1.4 O aspecto social do consumo .....	54
3.1.2 Direito fundamental ao crédito.....	58
3.1.3 Comportamentos econômicos do consumidor na aquisição do crédito.....	59
3.1.4 Legislações regulamentadoras de crédito e de combate ao endividamento .....	62
3.1.4.1 A tutela legal internacional do crédito e do superendividamento: os modelos de combate ao endividamento e à inadimplência mundial .....	64
3.1.4.2 As leis brasileiras de regulamentação do crédito e do superendividamento.....	66
3.1.5 A face negativa do crédito: o fenômeno social do superendividamento....	71

3.2 Consumidor endividado: o fenômeno social, econômico e jurídico do superendividamento e seus aspectos atuais .....	73
3.2.1 Conceito, classificação e requisitos do consumidor superendividado .....	75
3.2.2 Princípios informadores do superendividamento.....	80
3.2.2.1 Princípio da boa-fé objetiva.....	81
3.2.2.2 Princípio da dignidade da pessoa humana .....	83
3.2.2.3 Princípio da cooperação .....	84
3.2.3 Características gerais dos consumidores endividados.....	85
3.2.4 O perfil do consumidor endividado no Brasil .....	87
3.2.5 Caracterização jurídica do superendividamento.....	89
3.3 Inadimplência do consumidor e o fenômeno do superendividamento: as características gerais da inadimplência no Brasil .....	90
3.3.1 O consumidor inadimplente.....	91
<b>4 CAPÍTULO III - OS ASPECTOS PRINCIPAIS DA TUTELA JURÍDICA À HONRA DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO E AS INÚMERAS PRÁTICAS ABUSIVAS COMETIDAS PELO FORNECEDOR DE CRÉDITO.....</b>	<b>96</b>
4.1 A Política Nacional das Relações de Consumo: uma política voltada para a defesa de direitos da personalidade .....	96
4.2 Os direitos fundamentais e da personalidade como alvos da proteção consumerista: uma breve análise de ambos os institutos.....	99
4.2.1 Evolução, conceitos e considerações dos direitos humanos e dos direitos fundamentais: a distinta terminologia de ambos .....	99
4.3 Os direitos da personalidade do consumidor: o direito constitucional à honra e a tutela consumerista e cível do instituto .....	102
4.3.1 Considerações gerais sobre o direito à honra.....	104
4.3.2 A proteção à honra do consumidor endividado conforme o Código de Defesa do Consumidor.....	106
4.4 Das práticas abusivas do fornecedor de crédito: a tutela da honra do consumidor superendividado diante da oferta, da aquisição e da cobrança creditícia .....	109
4.4.1 As principais práticas abusivas do fornecedor de crédito preconizadas pela legislação consumerista e o dano à honra do consumidor superendividado ...	113
4.4.1.1 A publicidade e oferta abusivas como instrumentos vinculatórios do superendividamento e do possível dano à honra do consumidor .....	114
4.4.1.2 O contrato de crédito e a proteção consumerista à honra do consumidor superendividado .....	115
4.4.1.3 A cobrança abusiva de dívidas e a tutela à honra do consumidor: aspectos legais da matéria .....	117
4.4.1.4 Os bancos de dados e cadastros: o desvio de finalidade dos serviços de proteção ao crédito e sua configuração como instrumentos denegatórios da honra do consumidor superendividado e inadimplente.....	121

<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>127</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>129</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor se apresenta como diploma legal e eficaz na defesa dos interesses dos entes envolvidos em uma relação consumerista. Entretanto, percebe-se que, na sociedade de consumo, o sujeito vulnerável e ora hipossuficiente da relação é o consumidor. Nesse diapasão, vislumbrando-se uma situação de desequilíbrio, a lei pontual de consumo propugna uma tutela específica ao consumidor, face às inúmeras conjunturas enfrentadas por ele em uma negociação de consumo.

Com a finalidade de restabelecer o equilíbrio contratual entre consumidor e fornecedor, o direito do consumidor se configura como uma das formas de intervenção do Estado na economia, objetivando resguardar impositivamente interesses específicos do ente mais fraco da relação de consumo, qual seja, o consumidor.

Nesse contexto, uma das situações negativas que o consumidor vem enfrentando no cenário atual da relação de consumo é o desrespeito aos seus direitos fundamentais e personalíssimos, percebido, sobretudo, quando do cometimento das práticas abusivas do fornecedor de crédito.

Entretanto, observa-se que, na maioria das vezes, o consumidor é inserido em situações de desrespeito aos seus direitos fundamentais na relação de consumo, quando se encontra em outro estado delicado de sua vida econômica: o superendividamento.

A impossibilidade de o consumidor pessoa física, leigo e de boa-fé pagar a quantia total de suas dívidas, ou saldá-las com sérias dificuldades, é considerada pela doutrina como um fenômeno social gerado pela ausência de legislação específica regulamentadora da matéria e pela facilidade na aquisição creditícia imposta pelo mercado.

O superendividamento é, sem dúvida, um potencial fator gerador da inadimplência creditícia, e esta, por sua vez, desencadeia uma série de condutas abusivas do fornecedor de crédito, as quais violam os direitos dos consumidores, principalmente os fundamentais.

A honra do consumidor, enquanto pessoa humana detentora de direitos naturais, é o bem mais atingido diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito, sendo o direito do consumidor instrumento de tutela tanto dos bens patrimoniais como dos extrapatrimoniais dos entes da relação de consumo.

O presente estudo visará à identificação, análise e compreensão da tutela jurídica à honra do consumidor superendividado no universo das condutas consideradas abusivas, praticadas pelo fornecedor de crédito. Tendo em vista que este estudo examina a proteção jurídica à honra do consumidor superendividado, para uma melhoria sócio-econômica na vida dos sujeitos sociais perante o Estado e o mercado, o método adotado na análise dos dados será de natureza qualitativa.

Mais especificamente, o método de abordagem deste estudo será o dedutivo, porque se busca, de início, analisar a conceituação, a história e evolução do direito do consumidor. Assim, parte-se do genérico, que é o direito de todo e qualquer consumidor, para o específico, o direito à honra do consumidor superendividado diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito.

No que se refere ao método de procedimento utilizado neste estudo, será realizada uma combinação entre o histórico, o comparativo e o monográfico. O histórico permite uma análise sob a perspectiva histórica do surgimento da tutela consumerista, sua evolução e sua presente atuação no campo da proteção da honra do consumidor superendividado; o comparativo abre espaço para que sejam identificadas semelhanças e diferenças entre diversos fatos que dizem respeito à tutela do consumidor e à sua proteção diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito; por fim, o monográfico estuda em profundidade o direito à preservação da honra do consumidor superendividado na seara das condutas abusivas do fornecedor de crédito, sob todos os seus aspectos.

Quanto ao método jurídico de interpretação, utilizar-se-á o exegético. Destarte, de maneira específica, será necessário um exame interpretativo da lei que rege as relações de consumo em conformidade com a Lei Maior, pacificando controvérsias que surgem quando da aplicação dos mesmos.

No que concerne à classificação da pesquisa com relação ao objetivo geral, tratar-se-á de uma pesquisa explicativa, pelo fato de o tema em estudo ser de alto teor prático e cotidiano, bem como o estudo do direito à honra dos consumidores superendividados.

A técnica de pesquisa, seguida ao longo do presente trabalho, será a de documentação indireta, pois serão utilizadas fontes secundárias das mais variadas, a exemplo de livros da área, dicionários jurídicos, periódicos, revistas, com pesquisa bibliográfica e jurisprudências, legislações, resoluções, com pesquisa documental.

No que diz respeito à análise de dados, utilizar-se-á a leitura normativa, buscando-se informações sobre o objeto de estudo, mediante uma análise interpretativa, com apresentações de idéias, considerações e comparações, sendo esta a natureza da leitura empregada ao longo da presente pesquisa.

A metodologia acima descrita facilitou, de maneira incisiva, a composição desta pesquisa e, visando a uma melhor compreensão do que propõe este trabalho, considerou-se oportuno dividi-lo em três capítulos, descritos sucintamente a seguir.

O primeiro capítulo exporá, inicialmente, aspectos gerais do surgimento do Direito do Consumidor, abordando seus conceitos, histórico e peculiaridades da proteção pontual e a evolução da legislação consumerista no Brasil e no mundo. Além disso, enfatiza-se a constitucionalização do Direito Civil, bem como a tutela constitucional do consumidor, ressaltando a defesa deste como um dos princípios gerais da atividade econômica.

O capítulo segundo disporá acerca da importância do crédito para a atual sociedade de consumo, sendo analisada sua face negativa para o consumidor, quer seja, o superendividamento. O foco deste capítulo é o estudo e a análise desse fenômeno social crescente no cotidiano dos consumidores, levando-os, na grande maioria das vezes, ao estado de inadimplência e à violação de seus direitos fundamentais.

No terceiro e último capítulo, a tutela dos direitos da personalidade dos consumidores será analisada, sendo enfatizado o estudo da proteção da honra do consumidor pelo CDC, bem como a análise das práticas abusivas do fornecedor de crédito, as quais se configuram como instrumentos eficazes na violação da honra do consumidor.

## **2 CAPÍTULO I - A PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR: ORIGENS HISTÓRICAS, EVOLUÇÃO, CONCEITOS E DIREITOS NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA**

### 2.1 Aspectos históricos da proteção pontual do consumidor

A evolução das relações de consumo, que são bilaterais (fornecedor x consumidor) e dinâmicas, refletiu nas relações sociais, jurídicas e econômicas dos tempos modernos. Diante do desenvolvimento econômico e tomando o consumo como o pilar da economia de mercado, o consumidor passou a ser um ente vulnerável, um sujeito novo da economia, o qual é desprotegido e merecedor de tutela específica (NUNES, 2007), um direito que, segundo Vasconcelos (2007, p. 124): “Só ganhou contornos e roupagem próprios em época recente, sempre esteve presente nas relações humanas, mesmo de forma esparsa”. A defesa do consumidor, por sua vez, surgiu em um contexto caracterizado pelo extraordinário desenvolvimento do comércio e da ampliação da publicidade, ou seja, com o aparecimento da sociedade de consumo.

No período pós-Revolução Industrial, surgiu um novo modelo de produção: a *standartização*. Por esse modelo, tornou-se possível vender para mais pessoas, porque se conseguiu, através de novas tecnologias industriais, produzir, em escala maior, tanto produtos como serviços (LIMA; BERTONCELLO, 2006). Por força dessa forma de produção, conhecida também como um modelo de produção homogeneizada, ou seja, em série, os custos passaram a diminuir, e as ofertas aumentaram, de modo que, do século XIX para o século XX, houve um grande crescimento e uma enorme adesão desse tipo de produção por parte dos fornecedores de produtos e de serviços (MIRAGEM, 2008).

As Grandes Guerras Mundiais contribuíram para que esse sistema de produção em série se desencadeasse pela Europa, chegando até a América. O aparecimento de novas tecnologias, como o fortalecimento da informática e o incremento das telecomunicações, serviu de elemento propulsor para a expansão de tal sistema de produção, e isso resultou na implementação da idéia de globalização consumerista.

Enfim, diante do modelo de produção, surgiu um novo sujeito na sociedade, quer seja, o consumidor. Não se trata somente do indivíduo em si, mas da coletividade, pois, se a produção é em massa, o consumo passa a ser em massa, acarretando o aparecimento de uma sociedade de massa (NUNES, 2007).

Nesse mesmo norte, discorre Teixeira:

A revolução Industrial, como de resto, as revoluções do fim do século XVIII, modificaram substancialmente as relações políticas, sociais e econômicas, culminando também no surgimento de uma nova categoria de indivíduos, os consumidores, que passaram a sentir os efeitos da produção em série e da ampliação das atividades empresariais e comerciais (TEIXEIRA, 2006, p. 8).

A proteção pontual e eficaz do consumidor também é justificada quando se percebe que, nas palavras do doutrinador supracitado:

[...] O fenômeno da globalização possibilitou ainda mais que os fornecedores de produtos e serviços se unissem em corporações internacionais de grande porte. **Enquanto isso, do outro lado, permaneciam os 'consumidores' em sua esfera individual, como destinatários finais dessa produção** (TEIXEIRA, 2007, p. 8, grifo nosso).

O surgimento dos blocos econômicos – regionais e comunitários (internacionais) – possibilitou a concentração da produção de produtos e serviços em várias empresas de diversos segmentos, alavancando a economia de mercado e globalizando a relação de consumo, e isso gerou a real necessidade de tutelar os sujeitos vulneráveis dessa relação, quais sejam, os consumidores.

Teixeira, ainda, sintetiza a idéia emergente que culminou na produção de uma legislação específica de proteção ao consumidor:

Os avanços no tema partiram, *ultima ratio*, de uma constatação manifesta, a *vulnerabilidade do consumidor*, que mais e mais se enfraquecia no plano individual, e visaram, na outra ponta, a um objetivo consensualmente admitido, a imprescritibilidade da defesa desse consumidor (TEIXEIRA, 2007, p. 8).

Assim sendo, o Direito vislumbrou a existência de interesses múltiplos a serem tutelados, pois não bastando apenas proteger o consumidor, individualmente, evitando que este fosse prejudicado pelas grandes corporações, precisava defender também o equilíbrio do mercado, preservando as leis de mercado e o próprio desenvolvimento econômico.

Atesta Almeida:



Já se disse, acertadamente, que a defesa do consumidor não pode ser encarada como instrumento de confronto entre produção e consumo, senão como meio de compatibilizar e harmonizar os interesses envolvidos (ALMEIDA, 2007, p.16).

Desse modo, o direito do consumidor se configura como uma das formas de intervenção do Estado na economia, tendo em vista que a tutela específica do consumidor é uma das respostas da ação estatal à necessidade de regular a economia, objetivando a busca pelo equilíbrio sócio-econômico (FONSECA, 2007).

Corroborando com este posicionamento, Miragem (2007, p. 23) discorre: “Esta tem sido a orientação de diversos sistemas jurídicos desde o princípio do século, por intermédio de uma maior intervenção do Estado nas relações dos particulares [...]”. Por fim, Teixeira observa o surgimento do direito do consumidor com o mesmo entendimento dos juristas citados:

A solução mediadora adotada conferiu ao Direito do Consumidor um caráter de intervenção estatal no mercado, hoje presente tanto nos países do *Common Law* quanto do *Civil Law*, a exemplo do que ocorre na Europa Continental e nos sistemas que lhe seguiram o modelo, entre eles o brasileiro (TEIXEIRA, 2007, p. 9).

Esse propósito de tutelar o consumidor é fruto do reconhecimento de que, nas palavras de Almeida (2007, p. 3): “Um interesse pode pertencer muito mais à coletividade ou a um grupo social do que a um dos seus membros individualmente”. É o consumidor difusa e coletivamente considerado.

Essa premissa é consequência dos princípios norteadores do Estado Social os quais refletem no modelo neoliberal da economia. Desse modo, os princípios liberais do Estado Liberal, garantidor dos direitos individuais, passam a ser agregados da valorização social e resguardam os bens transindividuais em todas as suas esferas.

A tutela surge, assim, pelo resultado da necessidade da proteção ao interesse coletivo e difuso, principalmente, por considerar que o consumidor é desprotegido perante uma relação de consumo em seu aspecto educacional, informativo, material e legislativo (ALMEIDA, 2007).

Corroborando com esse posicionamento, Teixeira discorre:

Quanto maior for o número dos vulneráveis, maior será a sensibilidade estatal. É que em uma sociedade democrática, compreensivelmente, a equação numérica tem enorme peso. Esta a razão para que o Direito, muitas vezes, fique ao lado da maioria mesmo que com a minoria esteja o

poder e a riqueza. Daí que o Direito do Consumidor não se justifica apenas como produto da sensibilidade do legislador para com a vulnerabilidade do consumidor. Igualmente relevante no seu desenvolvimento é o fato de que os consumidores são imensamente majoritários no mercado (TEIXEIRA, 2007, p. 9).

Essa preocupação é vista em escala mundial, de modo que os Estados passaram a tutelar, pontualmente, as relações de consumo e todas as conseqüências jurídicas advindas dessa relação, como bem afirma Almeida:

Importante salientar, a seu turno, que o consenso internacional em relação à vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo representou fator importante para o surgimento da tutela no nível de cada país. O reconhecimento de que o consumidor estava desprotegido em termos educacionais, informativos, materiais e legislativos determinou maior atenção para o problema e o aparecimento de legislação em vários países (ALMEIDA, 2007, p. 4).

Nesse sentido, faz-se necessário vislumbrar a evolução internacional da matéria, em seu aspecto legislativo, e os reflexos dessa proteção no mercado de consumo.

### 2.1.1 Tutela internacional

Sabe-se que a preocupação com a defesa do consumidor emergiu nos Estados Unidos, quando o então Presidente, John Kennedy – em memorável discurso ocorrido no Congresso norte-americano, em 1962 – refletiu sobre a necessidade de tutelar, especificamente, o consumidor (MIRAGEM, 2008).

C. Marques destaca o aparecimento desse sujeito novo:

Sobre este sujeito novo de direitos, que é o consumidor, poderíamos, inicialmente frisar que como sujeito de direitos apareceu não faz muito tempo. Surgiu nos anos 60-70, identificado então entre os contratantes como cliente, como comprador, como aquele que é o transportador, o locatário, o mutuário, enfim, aquele cliente bancário e securitário, beneficiário, contratante ou terceiro-vítima (MARQUES, C., 2000, p. 70).

Nesse diapasão, várias leis protecionistas do consumidor foram aprovadas nos Estados Unidos, ainda na década de 60, sob forte influência do discurso de

John Kennedy, que apontou, como direitos básicos do consumidor, o direito à informação, à segurança, o de escolha e o de ser ouvido (MARINONI, 2004).

Os anos 70 foram primordiais e decisivos para a ideologia de tutelar o consumidor de forma pontual, eficaz e específica. Em 1972, foi realizada a Conferência Mundial do Consumidor, em Estocolmo. Em 1973, ainda sob o reflexo daquele discurso presidencial, ocorrido anos antes nos Estados Unidos, a Comissão das Nações Unidas sobre os Direitos do Homem destacou que, enquanto Ser Humano, que é o consumidor, deve ele ser alvo de quatro direitos fundamentais, conforme transcritos por Miragem:

[...] *O direito à segurança; o direito à informação sobre produtos, serviços e suas condições de venda; o direito à escolha de bens alternativos de qualidade satisfatória a preços razoáveis; o direito de ser ouvido nos processos de decisão governamental* (MIRAGEM, 2008, p. 24).

Nesse mesmo ano, foi aprovada a Resolução nº. 543 pela Assembléia Consultiva da Comunidade Européia, dando origem à Carta Européia de Proteção ao Consumidor. A partir de então, “um número crescente de países deu início a elaboração e promulgação de leis com a finalidade de proteção aos direitos dos consumidores” (GABRIEL, 1988 *apud* MIRAGEM, 2008, p. 24).

Em 16 de abril de 1985, a tutela específica ao consumidor tomou proporções globalizadas, ao ponto de se observar que o avanço de maior abrangência internacional ocorreu com a elaboração da Resolução nº. 39/428 pela Organização das Nações Unidas (ONU), a qual estabeleceu normas que dispuseram sobre a proteção do consumidor, enfatizando o desequilíbrio econômico, educacional e financeiro e regulamentando extensamente a matéria, a fim de garantir vários objetivos inerentes à tutela do consumidor frente ao mercado. Nesse sentido, estabelece Bessa:

Como reflexo dessa preocupação, a Organização das Nações Unidas – ONU, em 1985, por meio da Resolução 39/428, recomendou que os governos desenvolvessem e reforçassem uma política firme de proteção ao consumidor para atingir os seguintes propósitos: proteção da saúde e segurança; fomento e proteção dos interesses econômicos do consumidor; fornecimento de informações adequadas para possibilitar escolhas acertadas; educação do consumidor; possibilidade efetiva de ressarcimento do consumidor e liberdade de formar grupos e associações que possam participar das decisões políticas que afetem os interesses dos consumidores (BESSA, 2007, p. 31).

É importante ressaltar que essa Resolução da ONU, conhecida como a *origem dos direitos básicos do consumidor*, foi fonte de influência na elaboração de diversas legislações no mundo e, inclusive, serviu de inspiração para a produção de leis consumeristas brasileiras, como explica Teixeira:

Além da legislação comunitária europeia as legislações francesa, espanhola, portuguesa, alemã, mexicana, canadense e norte-americana foram fontes de inspiração para o Código Brasileiro (TEIXEIRA, 2006, p. 11).

Assim, é necessária a abordagem sobre a origem da produção legislativa consumerista no Brasil, o estudo da sua evolução e de sua situação atual no ordenamento jurídico pátrio.

#### 2.1.2 Defesa do consumidor no Brasil: evolução legislativa

Vasconcelos (2007, p. 125) leciona que: “No direito brasileiro, a proteção ao consumidor iniciou-se com leis esparsas, portarias, regulamentos, normas administrativas, destacando-se a conhecida Lei de Economia Popular (Lei 1.521/51)”.

Sendo assim, constata-se que as primeiras manifestações da proteção ao consumidor, no Brasil, são recentes na história do Direito. São de 1971 e 1973 as preocupações pioneiras neste campo, relatadas, na época, pelo deputado Nina Ribeiro, em seus discursos. Em 1978, surgiu o Procon/SP, reforçando a defesa do ente até então pouco protegido. No âmbito federal, só em 1985 surgiu o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor - posteriormente extinto e substituído pela SNDE (ALMEIDA, 2007).

No que tange à tutela legislativa, a defesa do consumidor evolui desde 1933. O passo mais evidente de eficácia foi em 1988, com a promulgação da Constituição Federal: “[...] Foi com a atual Carta Constitucional que, pela primeira vez, a proteção ao consumidor ganhou destaque especial, através, não só do citado art. 5º, mas também do art. 170 e do art. 48 do ADCT” (VASCONCELOS, 2007, p. 125).

A partir desse diploma constitucional, quatro dispositivos emergiram para a proteção ao consumidor, a saber: o artigo 5º, XXXII<sup>1</sup>; artigo 24, VIII<sup>2</sup>; artigo 170, V<sup>3</sup>; artigo 48, que anunciava a edição de uma lei específica nos atos das disposições constitucionais transitórias (NUNES, 2007). Nesse sentido, a lei pontual foi editada no dia 11 de setembro de 1990, cumprindo a determinação específica, feita pela Constituição Federal, sobre o tema, precisamente, o artigo 48, do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias.

Intitulado de Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1989) – CDC – o diploma legal foi sucedido por outras inúmeras leis específicas que ampliaram a tutela do consumidor, a exemplo das Leis 8.158/91, 8.884/94, 10.167/00, 10.671/03 e a 10.962/04. O CDC cuida da política das relações de consumo, antes mesmo de tratar da proteção e defesa do consumidor, pois a tutela consumerista não é um confronto entre produção e consumo, mas uma tentativa de harmonizar os interesses envolvidos na relação de consumo (MARINONI, 2004).

Importante é esclarecer o conceito de *relação de consumo*, com o intuito de definir o objeto específico de tutela do CDC: trata-se da política das relações de consumo. Nas didáticas palavras de Vasconcelos e Brandão:

Definir Relação de Consumo é ponto crucial entre juristas e aplicadores do direito, porque o Código de Defesa do Consumidor só se aplica aos contratos considerados 'relações de consumo'. Destas se pode dizer que são aquelas onde se pode identificar em um dos pólos da relação o consumidor, no outro, o fornecedor, ambos transacionando produtos e serviços. Implica, necessariamente, na circulação do bem ou serviço. Para que tal aconteça, somente pode ser considerado consumidor (VASCONCELOS; BRANDÃO, 2008, p. 2).

Assim sendo, a política nacional das relações de consumo é fundamentada em princípios basilares da relação entre consumidor e fornecedor, quais sejam: vulnerabilidade do consumidor; presença do Estado; harmonização de interesses; coibição de abusos; incentivo ao autocontrole; conscientização do consumidor e do fornecedor; melhoria dos serviços públicos (MIRAGEM, 2008).

Contudo, não se pode remeter ao histórico legal da tutela do consumidor, sem se reportar à importância que foi a edição da lei específica – CDC – no sentido de retirar do Código Civil de 1916 “seu caráter centralizador de regência das relações

---

<sup>1</sup> Dispõe claramente sobre a defesa do consumidor pelo Estado.

<sup>2</sup> Trata da competência concorrente para legislar.

<sup>3</sup> Utiliza a defesa do consumidor como uma das justificativas da intervenção do Estado na economia.

privadas e, ao mesmo tempo, em época do paradigma oitocentista de homem abstrato e igualdade formal” (BESSA, 2007, p. 27).

Entretanto, pertinente é tratar do aspecto constitucional da norma consumerista e, posteriormente, discorrer sobre a lei ordinária originária do CDC, tendo em vista que esta surgiu em observância ao conteúdo daquela.

Bessa (2007, p. 30) ressalta que: “O consumidor tem deixado de ser uma pessoa para se tornar apenas um número” e, por essa razão, independentemente da situação em que se encontra o consumidor, ele deve ser protegido pelo simples fato de se configurar como um ser humano, antes mesmo de se tornar um consumidor no mercado. Assim sendo, a proteção ao consumidor é norma constitucional, e é a respeito dessa norma que tratará o item a seguir.

## 2.2 A Proteção Constitucional do Consumidor

A Constituição Federal Brasileira de 1988 preconiza a defesa do consumidor como sendo um direito fundamental no ordenamento jurídico pátrio. É o que se vislumbra da interpretação do artigo 5º, inciso XXXII do texto constitucional: “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988). Assim, conforme esclarece Miragem (2008, p. 33): “Não há, portanto, uma determinação constitucional de proteção do consumo, mas do consumidor”.

Percebe-se que a Constituição Federal (1988) tutelou de modo pontual e eficaz o consumidor, ou seja, ela se tornou o instrumento através do qual este novo sujeito do direito pós-moderno, ou sujeito perfeito, tem garantidos os direitos eficientes, e não apenas programáticos, como é característica das normas regulamentadoras de um Novo Direito (MARQUES, C., 2000).

A professora Cunha discorre perfeitamente acerca da proteção constitucional do consumidor:

Dessa luta pela defesa do ser humano inserido no contexto econômico social nasce a necessidade de defender o consumidor, parte reconhecidamente mais fraca nas relações econômicas do regime capitalista sobretudo, culminando com a inserção de normas constitucionais protetoras, inclusive princípios políticos – constitucionais – de fundamental importância no Estado (CUNHA, 2007, p.4).

Miragem, corroborando com C. Marques (2000), descreve em sábias palavras:

A razão desta característica do direito do consumidor se encontra basicamente em dois fatos. Primeiro o de que o significado do sujeito designado como consumidor nasce na *teoria econômica*, sobretudo a partir da identificação de uma *realidade econômica*. Segundo, a característica própria do Código que, ao determinar o âmbito de incidência da norma, recorre à definição e aos sujeitos que compõem a relação jurídica de consumo (consumidor e fornecedor) (MIRAGEM, 2008, p. 32).

Ainda, Miragem (2008, p. 35) identifica o direito do consumidor como: “Espécies de *direitos de proteção*, pelos quais o titular do direito exerce-o frente ao Estado para que este o proteja da intervenção de terceiros”.

Assim, percebe-se que a Constituição Federal procurou reforçar e ampliar os direitos e interesses individuais e coletivos, ratificando o direito do consumidor como uma espécie de direito de proteção, tomando por base a vulnerabilidade do sujeito novo, preconizando sua defesa como algo essencial para a sociedade e para o ordenamento jurídico brasileiro.

A defesa do consumidor, colocada ao patamar constitucional, demonstra a importância da tutela de uma determinada matéria de forma especializada e eficaz, configurando a preocupação com os direitos humanos do cidadão, vislumbrando que o consumidor, antes de o ser, goza de direitos fundamentais inerentes à sua condição de pessoa humana, protegida no âmbito constitucional, tendo em vista que todas as pessoas são consumidoras.

C. Marques ressalta:

Realmente identificar no outro um sujeito de direitos fundamentais, de direitos humanos básicos é uma idéia de igualdade. Reconhecer que o outro é totalmente pessoa, tem os mesmos direitos do que eu, logo, os meus direitos não podem sobressair, abafar, diminuir, impedir o exercício e a efetividade dos direitos do outro, é a base do igual. Como pregam os doutrinadores da *Law and Economics*, assegurar direitos a um agente é limitar o exercício dos direitos e das escolhas possíveis do outro... tem custos e externalidades. Aqui asseguram-se direitos humanos de proteção a um. [...] Se os direitos humanos recebidos nas Constituições são direitos fundamentais, serão esses direitos fundamentais (normas constitucionais pétreas e básicas) que permitiram a interpretação do direito do novo milênio, que terá, justamente (e necessariamente) base constitucional. (MARQUES, C., 2000, p. 74).

Deste mesmo pensamento compartilha Miragem:

A referência a um novo sujeito de direitos, o consumidor, é antes de tudo, o reconhecimento de uma posição jurídica da pessoa numa determinada relação de consumo, e a proteção do mais fraco (princípio do *favor debilis*). A rigor, todas as pessoas são em algum tempo, ou em um dado número de relações jurídicas, consumidoras. Nesta perspectiva, a caracterização dos *direitos do consumidor* como *direitos humanos*, revela o reconhecimento jurídico de uma necessidade humana essencial, que é a *necessidade do consumo* (MIRAGEM, 2008, p. 38).

É cristalino o entendimento do legislador constitucional, ao incorporar ao texto da Constituição as normas de proteção ao consumidor, tendo em vista a vulnerabilidade e, por vezes, a hipossuficiência deste sujeito, um novo autor do ordenamento jurídico o qual necessita de proteção específica e eficiente.

Corroborando com esse entendimento, disserta C. Marques:

Daí a importância da Constituição de 1988 ter reconhecido este novo sujeito de direitos, assegurado sua proteção (art.5º, XXXII, e art. 170, V, da CF/88) e mandado legislar sobre seus direitos (art.48 do ADCT). A Constituição de 1988 é a origem da codificação tutelar dos consumidores no Brasil (MARQUES, C., 2000, p. 70).

Como analisado, todas as pessoas ora são ou serão consumidoras em uma dada relação jurídica, por assim ser, cabe à Lei Maior preconizar a defesa dessas pessoas, com respeito ao direito fundamental e, mais que isso, impor “ao legislador ordinário a tarefa de tornar efetivo esse propósito” (TEIXEIRA, 2006, p. 10).

É importante verificar que a Constituição Federal foi além no que concerne à defesa do consumidor, e dispôs essa tutela não só como um direito fundamental do homem, mas, também, como princípio geral da atividade econômica (da ordem econômica), no seu artigo 170, inciso V:

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, observado os seguintes princípios: [...] V - defesa do consumidor (BRASIL, 1988).

Este tema será discutido mais detalhadamente no item a seguir.

### 2.2.1 A defesa do consumidor como princípio geral da atividade econômica

Para que os fundamentos da ordem jurídica econômica, quais sejam, os fundamentos constitucionais que versam acerca da valorização do trabalho humano



e da livre iniciativa, preconizados no *caput* do artigo 170 da Constituição Federal (1988)<sup>4</sup>, sejam concretizados, e os fins das políticas econômicas sejam alcançados, principalmente, garantir existência digna, conforme os preceitos da justiça social, faz-se necessária a adoção de princípios norteadores da ação do Estado (BAGNOLI, 2008).

A Constituição Federal considera o consumidor como um dos elos da economia de mercado, sendo um “novo sujeito”, vulnerável e ora hipossuficiente<sup>5</sup>, sendo a proteção do consumidor uma das formas de intervenção do Estado na economia (MARQUES, C., 2000).

Por assim ser, **a defesa do consumidor é princípio constitucional norteador da ação do Estado e se configura como um dos princípios gerais da ordem econômica**, como bem assegura Miragem:

[...] Verifica-se caráter de maior relevo da defesa do consumidor também quando se observa esta determinação elevada pela Constituição a princípio fundamental da ordem econômica (artigo 170, IV). Situa-se, pois, no texto constitucional, como princípio da ordem econômica que não se observa exclusivamente com conteúdo proibitivo ou limitador da autonomia privada, senão com caráter interventivo e promocional, de efetivação dos preceitos constitucionais que o estabelecem como direitos e como princípio. Assume, pois, um caráter *conformador*, da ordem econômica (MIRAGEM, 2008, p. 41).

Corroborando com o entendimento exposto, Fonseca discorre:

O constituinte entendeu, seguindo as modernas correntes do direito, que um dos elos da economia de mercado é o consumidor, e por isso impõe ao Estado a sua proteção. A proteção ao consumidor tem duas facetas, importante ambas: protege-se ao consumidor dentro de uma perspectiva microeconômica e microjurídica; mas ao Estado interessa, também como uma das formas de preservar e garantir a livre concorrência, proteger o consumidor através da adoção de políticas econômicas adequadas (FONSECA, 2007, p. 129).

Assim sendo, percebe-se que o consumidor é protegido constitucionalmente por ser um sujeito, em potencial, merecedor da tutela específica do Estado, tendo em vista que a Lei Maior o visualizou dentro de uma perspectiva defendida pelo Direito contemporâneo, isto é, trata-se da defesa da pessoa humana que reveste o

---

<sup>4</sup> 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, observado os seguintes princípios: [...]

<sup>5</sup> A doutrina ensina que todo consumidor é vulnerável por ordem legal (art.4º, I, CDC) e nem todos são considerados hipossuficientes, tendo em vista que esta se caracteriza como sendo uma fraqueza subjetiva, seja intelectual, econômica ou técnica (FILOMENO, 2007).

consumidor, da proteção da dignidade humana, em busca do equilíbrio sócio-econômico-jurídico, apontando para uma melhor qualidade de vida do ser humano.

Nesse mesmo sentido, posiciona-se Miragem:

A aferição da legitimidade dos fins a que a ordem econômica deve realizar, tem de respeitar, mediatamente, o princípio maior da dignidade da pessoa humana, conformador do próprio conceito de Estado Democrático de Direito consagrado na Constituição. Neste sentido, ao vincular os princípios conformadores da ordem constitucional econômica à dignidade da pessoa humana, por certo que o conteúdo daquela se vê informado pela realização das necessidades da pessoa, tal qual serão consagradas ou reconhecidas por norma constitucional própria. Neste sentido, se está a afirmar sobre direitos fundamentais próprios à satisfação de necessidades da pessoa, dentre os quais aqueles que não garantam mera subsistência, senão uma forma qualificada de sobrevivência, que entre nós, em linguagem comum, temos denominado de *qualidade de vida* (MIRAGEM, 2008, p. 42).

Dessa forma, a doutrina majoritária defende a importância suprema da defesa do consumidor como um dos princípios capitais da atividade econômica, tendo em vista a vulnerabilidade e, ora, hipossuficiência deste sujeito novo no mercado de consumo. A proteção do consumidor se consubstancia como uma das formas de intervenção do Estado na economia, objetivando a justiça social almejada por todos os ramos da ciência do Direito, especialmente pelo Direito Econômico, como explica Eberlin:

[...] A demarcação do direito do consumidor dar-se-ia pelo direito econômico, em relação ao qual estaria até mesmo englobado, se entendido este último em sua acepção mais ampla, isto é, como direito das relações econômicas (EBERLIN, 2007, p. 11).

Não obstante, percebe-se que a visão exclusivamente econômica ou social da defesa do consumidor – justificada na proteção ao ente vulnerável e ora hipossuficiente – é relativizada, quando vista como parte integrante dos direitos e deveres individuais e coletivos inseridos no bojo Constitucional. É o que se verifica quando da análise do artigo 5º, XXXII, CF/88 (BRASIL, 1988).

Nas palavras de Vasconcelos e Brandão:

O CDC considerou consumidor como um sujeito de direitos especiais, inseridos em um sistema orgânico de normas e princípios com o intuito de protegê-lo para a efetivação de seus direitos. Trata-se da realização de um direito fundamental (positivo) de proteção do Estado para o consumidor (artigo 5º, XXXII, CF/88) (VASCONCELOS; BRANDÃO, 2008, p. 15).

Nesse contexto, resta perceber que o direito do consumidor é instrumento de utilização do Estado na defesa dos direitos dos consumidores. É importante destacar, ainda, que esta proteção reprime várias práticas inconstitucionais que são prejudiciais aos sujeitos da relação de consumo, dentre elas, o abuso do poder econômico na relação consumerista.

#### 2.2.1.1 Repressão ao abuso do poder econômico e a defesa do consumidor

A justificativa da tutela do consumidor é visível, quando se percebe que este é vulnerável e necessita da intervenção estatal a seu favor, tendo em vista que o direito consumerista se enquadra como um interesse difuso ou coletivo e objetiva construir e preservar o equilíbrio econômico e social.

A efetividade dessa tutela se dá quando se vislumbra que, nas palavras de J. Almeida (2006, p. 290): “A defesa da economia e a defesa do consumidor são faces da mesma moeda. A realização da primeira reflete no desempenho da segunda, atuando de forma preventiva [...]”. Ou seja, a partir do momento em que se defende a ordem econômica de um país, protegem-se, de forma reflexa, os seus consumidores e, indiretamente, tutela-se a pessoa humana, tendo em vista que todas as pessoas são - em uma dada situação - consumidoras. Não obstante, se a tutela econômica for esquecida, diretamente os consumidores também o serão, em face da relação intrínseca existente entre consumo e economia.

O artigo 173, § 4º, da Constituição Federal (BRASIL, 1988), é claro, ao determinar que: “Lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros”. A repressão ao abuso do poder econômico é ordem constitucional, conseqüentemente, também o é a defesa do consumidor (TAVARES, 2006). A Lei nº. 8.884, prevista pela norma constitucional, foi elaborada em 11 de junho de 1994.

Percebe-se que a repressão ao abuso do poder econômico é também uma forma de garantir o cumprimento das normas de defesa do consumidor, como bem ressalta Almeida:

É crucial que a dominação de mercados, a imposição de preços e o aumento arbitrário de lucros prejudicam ineludivelmente a vida do

consumidor, de sorte que a firme repressão a essas condutas redundará em benefício para o consumidor. É a defesa da ordem econômica depurando o mercado e indiretamente melhorando a situação do consumidor (ALMEIDA, J., 2006, p. 55).

Os órgãos administrativos são os instrumentos da administração pública na luta contra o abuso do poder econômico. O CADE e as agências reguladoras (ANVISA, ANEEL, ANATEL, ANS) surgiram como forma de descentralização do poder público, com o intuito de melhor regular a prestação dos serviços públicos e fiscalizá-lo, assim como o setor privado, como elucida Miragem:

Todas as agências reguladoras [...] incluem dentre as suas atribuições, de modo mais ou menos expresso, a consideração dos interesses dos consumidores na regulação da atividade econômica que se ocupam (MIRAGEM, 2007, p. 403).

Assim sendo, a busca incessante pela defesa do consumidor ramifica-se em vários setores sociais, dentre eles, a repressão ao abuso do poder econômico nos mais diversos ramos, instrumentalizando a obediência à norma constitucional de proteção específica do consumidor.

### 2.3 O direito do consumidor e o direito privado: a saída do monossistema jurídico

O Direito do consumidor, por ser protecionista, “[...] afasta-se do direito privado clássico e de seus postulados de origem na escola jurídica do jusracionalismo [...]” (MIRAGEM, 2007, p. 25).

O Código Civil – em especial o Código Civil francês de 1804 (Código de Napoleão) – nasceu em uma perspectiva de monossistema principal, em que residia a ideia de que só era realmente direito o que fosse prescrito pela lei civil codificada.

Nesse sentido, discorre Miragem:

O direito privado clássico, representado pelo Código Civil como centro do ordenamento jurídico e expressão de todo o direito privado da época, é de tal modo hermenêutico e abrangente, a ponto de dar origem à escola da exegese, pela qual a identificação e compreensão de todo o direito residia no Código Civil [...] (MIRAGEM, 2008, p. 25).

Contudo, no final do século XIX e em todo o século XX, o monopólio civil sofreu profundas modificações em sua essência, principalmente no que diz respeito à autonomia da vontade<sup>6</sup> e ao direito de propriedade, tendo em vista que ambos possuíam plenitude nos seus exercícios, sem encontrar quase nenhuma limitação jurídica por força do pensamento liberal do ordenamento legal da época. Verifica-se que a consequência imediata desse cenário foi a reestruturação do contrato civil, sendo questionada a autonomia plena da vontade e seus reflexos nas relações entre os privados.

No que condiz ao âmbito nacional, percebe-se que a Constituição Federal de 1988 foi o instrumento maior responsável pela modificação intrínseca no Código Civil brasileiro. O caráter social da Constituição e seus valores fundados nos direitos humanos trouxeram profundas transformações na legislação civilista, que passou a ser também humanizada.

Por conseguinte, o contrato também foi alvo de mudanças essenciais, voltadas para a proteção do indivíduo, ou seja, no âmbito consumerista, direcionadas para proteção do consumidor:

O *contrato*, a rigor vislumbrando como um acordo pessoal entre dois sujeitos, que negociam e estabelecem seu objeto através do pleno exercício da sua liberdade de contratar, tem seus traços fundamentais sensivelmente alterados. Ocorre o que se convencionou denominar de *despersonalização do contrato* (MIRAGEM, 2008, p. 26-27).

C. Marques (2000) aprofunda a matéria e ressalta a importante perda científica que sofreu a ciência do Direito na pós-modernidade, quando se afiliou à natureza essencialmente formal de construir os direitos do cidadão. Para a reconstrução do Direito, necessária é a interpretação constitucional dos direitos humanos, divorciando-se do caráter estritamente formal dado à matéria:

[...] O direito Civil perdeu em importância científica. Se nós na pós-modernidade já não acreditamos na ciência em geral, nem na ciência do Direito, nem mesmo que o direito positivado do tipo germânico-romano seria um sistema fechado, se trabalhamos hoje com a possibilidade que seja um sistema aberto, aberto a fatores antes externos como a ideologia e a economia para que lhe sirvam de verdadeiros legitimadores... Se coisas que estavam fora do direito, que não eram juridicamente relevantes, passam a

---

<sup>6</sup> As expressões maiores da autonomia da vontade são o contrato e o direito de propriedade... (MIRAGEM, 2008) “[...] sendo o contrato e o direito de propriedade suas expressões maiores, configurados pela liberdade de manifestação da vontade, e correspondente vinculação ao pactuado (pacta sunt servanda) [...]”

ser juridicamente relevantes. Bem, neste sistema de vazio dogmático e científico, de incertezas e probabilidades, será justamente através da interpretação constitucional dos direitos humanos, reconhecidos nas Constituições dos países, que encontraremos nós a linha para reconstruir o direito (MARQUES, C., 2000, p. 74).

Percebe-se que o direito civil perde importância como lei principal codificada, não como norma de direito privado, mas como forma de configurar a saída do monossistema para o polissistema legislativo, fugindo do centralismo e originando os microssistemas, como é o caso do CDC.

Sem dúvida, a Constituição de 1988, com seu caráter cidadão e humanitário, preconizando os direitos e garantias fundamentais do homem enquanto ser humano que é, foi o fator decisivo para a humanização do direito civil e, conseqüentemente, para o direito do consumidor, visto que este é frágil não apenas em relação aos seus direitos materiais, mas, sobretudo, vulnerável no aspecto extrapatrimonial (decorrente de sua dignidade humana). Nesse sentido, percebe-se a importância da Constituição Federal na unificação de valores do ordenamento jurídico, que tem sido representado por um número crescente de fontes legislativas fragmentadas.

O surgimento dessas fontes legislativas fragmentadas, ou microssistemas, emerge como o maior reflexo da saída do monossistema jurídico, representado pela lei civil – segundo a qual seria direito apenas o que estivesse contido no Código Civil – e o aparecimento dos polissistemas jurídicos, representados pelas leis espaciais, estabelecendo-se um verdadeiro diálogo entre as fontes. Ou seja, as leis se comunicam e se harmonizam entre si, possuindo como fonte capital os direitos fundamentais preconizados na Constituição Federal.

Assim, o Código Civil perde a influência direta sobre as leis autônomas e espaciais, tendo em vista que as legislações especiais passam a constituir sistemas próprios, com “centros de gravidade autônomos” (MIRAGEM, 2008, p. 31).

C. Marques oferece uma resposta ao surgimento dos microssistemas:

[...] Para uma nova codificação é necessário uma crise social, mesmo uma revolução, a qual imponha uma nova Constituição, uma lista nova de direitos fundamentais. Da crise nascerá a resposta. No caso concreto, essa lista de direitos está na nossa Constituição Federal de 1988. Depois da crise da ditadura militar, veio a ‘revolução’ democrática e a lista de direitos presente na Constituição Federal de 1988 foi capaz de forçar o Estado a mudar seu ordenamento jurídico interno. É o que parece ter acontecido no Brasil [...]

Assim, desta lista de direitos fundamentais nascerá a legislação infraconstitucional, os novos códigos, uma codificação já diferente. É a

reconstrução através da nova microcodificação. O Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/90, nasce, pois, da Constituição brasileira. O art. 5º, estabelece como direito fundamental do cidadão brasileiro, a defesa dos seus direitos como consumidor. O art. 170 estabelece que a ordem constitucional econômica do nosso mercado será baseada na livre iniciativa (*caput*), mas limitadas pelos direitos do consumidor (inc. V). E, por fim, o art. 48 das Disposições Transitórias determina elaborar lei tutelar exatamente em forma de código: um todo construído, conjunto de normas sistematizado por uma idéia básica, a da proteção deste sujeito especial [...] (MARQUES, C., 2000, p. 71).

Enfim, percebe-se que o surgimento da lei consumerista pontual e eficaz é fruto do fim do monossistema jurídico – representado pelo Código Civil – e do aparecimento de polissistemas legislativos, sendo o próprio Código de Proteção e Defesa do Consumidor uma manifestação real e capital de um microsistema de tutela jurídica aos direitos fundamentais do ser humano.

Nesse sentido, resta “comprovada a hipótese de que a identificação constitucional deste sujeito importou na declaração de seus direitos, que por sua vez levou à microcodificação tutelar” do consumidor (MARQUES, C., 2000, p. 72).

A figura do consumidor e suas peculiaridades serão analisadas no tópico a seguir.

### 2.3.1 O surgimento do CDC e os conceitos consumeristas

Inicialmente, cumpre ressaltar a capital determinação constitucional acerca da necessidade da elaboração de uma legislação pontual do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro:

O microsistema do direito do consumidor neste sentido, surge a partir da promulgação do Código de Defesa do Consumidor. O próprio constituinte, ao determinar no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, que o legislador elaboraria um Código, indica uma organização normativa sistemática, de regras e princípios, orientadas para a finalidade constitucional de **proteção do mais fraco na relação de consumo** (MIRAGEM, 2008, p. 31, grifo nosso).

Azevedo (2008) também entende que há a real necessidade do surgimento da lei específica de tutela das relações de consumo em obediência à norma constitucional:

O Código de Defesa do Consumidor introduziu novos conceitos para solucionar os problemas decorrentes da relação de consumo, anteriormente remediado pelo direito civil e comercial [...] A alteração foi significativa e provocou uma agitação no meio jurídico (AZEVEDO, 2008, p. 201).

Tendo em vista que o consumidor é o mais vulnerável na relação de consumo e, por isso, necessita de tutela especial, tendo em vista que o Código Civil não abarcaria todas as conjecturas possíveis da relação de consumo, pelo simples fato de que “o consumidor não senta à mesa para negociar cláusulas contratuais” (NUNES, 2007, p. 451) – típicas das relações civilistas entre particulares – surge, por força constitucional, a Lei específica consumerista de nº. 8.078/90 (BRASIL, 2008a).

Fruto do artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, como mencionado, o Código de Proteção e Defesa do Consumidor passou a regular as relações de consumo e afastou qualquer aplicabilidade direta do Código Civil frente ao consumidor, tendo em vista que esta, antes da vigência do CDC, acarretou uma série de problemas para a sociedade como um todo:

Na verdade, o consumidor vai ao mercado e recebe produtos e serviços postos e ofertados segundo regramentos que o CDC agora pretende controlar, e de forma inteligente. O problema é que a aplicação da lei civil assim como a memória dos operadores do direito geram toda sorte de equívocos. Até a oferta, para ilustrarmos com mais um exemplo, é diferente nos dois regimes: no direito privado é um convite à oferta; no direito do consumidor, é uma oferta que vincula o ofertante. (NUNES, 2007, p.5)

Importante perceber que a lei especial do consumidor é Código por determinação constitucional e, por assim ser, comporta-se como um subsistema no ordenamento jurídico brasileiro, o qual prevalece sobre os demais – exceto sobre a própria Constituição Federal – aplicando-se às outras normas de forma complementar ou suplementar:

O constituinte adotou a concepção da codificação, nos passos da melhor doutrina estrangeira, admitindo a necessidade da promulgação de um arcabouço geral para o regramento do mercado de consumo (TEIXEIRA, 2006, p.11).

A autonomia do Direito do Consumidor é cristalina, tendo em vista que este goza de princípios, sujeitos, campo de atuação e normas próprias. Assim sendo,



incorporou ao seu texto legal normas de diversos ramos jurídicos, dentre os quais, cumpre ressaltar, o Direito Civil, o Direito Processual, o Direito Penal, o Administrativo, entre outros.

No que concerne a este trabalho, verifica-se a importância da tutela administrativa, penal e cível na proteção da imagem do consumidor inadimplente, frente à cobrança abusiva de dívidas, tendo em vista que esta última se configura crime penalmente tutelado pelo direito penal do consumidor, analisada nos tópicos seguintes.

Mister ressaltar que a legislação consumerista, desde a sua vigência como lei específica, foi alterada por cinco leis e várias medidas provisórias, quais sejam : Lei nº 8.656/93<sup>7</sup>, nº 8.073/93<sup>8</sup>, nº 8.884/94<sup>9</sup>, nº 9.008/95<sup>10</sup>, nº 9.298/96<sup>11</sup> e nº 9.870/99<sup>12</sup>. Além disso, decretos foram editados com o intuito de melhor aplicar o CDC – nº 2.181/97 e nº 1.306/94 – e muitos diplomas legais importantes na seara consumerista surgiram após a edição do CDC, entre eles, Lei nº 8.002/90<sup>13</sup>, nº 8.137/90<sup>14</sup>, nº 8.158/91<sup>15</sup> etc. Nesse diapasão, resta estabelecer qual a finalidade precípua do CDC, tendo em vista que sua nomenclatura ressalta o objetivo maior de sua tutela: o consumidor.

Noutro norte, o CDC não tutela somente o sujeito vulnerável da relação de consumo, por força constitucional e em observância aos direitos fundamentais, a Lei nº 8.078/90 também protege e regula outro autor dessa relação, quer seja o fornecedor e, em algumas conjunturas, o mercado de consumo como um todo. É o que se chama de Política Nacional de Relações de Consumo.

No entendimento de Almeida:

---

<sup>7</sup> Alterou a redação do art.57, e determinou que o Executivo regulamentasse o procedimento das sanções administrativas em quarenta e cinco dias, atualizando periodicamente o valor da pena de multa.

<sup>8</sup> Deu nova redação ao parágrafo único do art.57.

<sup>9</sup> Transformou o CADE em autarquia e dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica, que alterou o art. 39, tornando exemplificativa a relação das práticas abusivas. Essa lei também alterou a Lei n. 7.347/85, arts. 1º, V e 5º, II.

<sup>10</sup> Criou o CFDD, corrigiu defeitos de redação dos arts. 4º, 82 e 98 e incluiu no art. 39, outra espécie de prática abusiva.

<sup>11</sup> Alterou o § 1º do art. 52 do CDC.

<sup>12</sup> Alterou o art. 39 para inserir mais uma prática abusiva. Foi também atribuída legitimação às associações de alunos, de pais de alunos e responsáveis para a propositura das ações previstas no CDC para a defesa dos direitos assegurados na citada medida provisória.

<sup>13</sup> Que dispõe sobre a repressão de infrações atentatórias contra os direitos do consumidor.

<sup>14</sup> Que define os crimes contra a relação de consumo e dá outras providências.

<sup>15</sup> Que institui normas para a defesa da concorrência.

O Código de Defesa do Consumidor, antes de cuidar da Política Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor, cuida da Política de Relações de Consumo, dispondo sobre os objetivos e princípios que devem nortear o setor. Já se disse, acertadamente, que **a defesa do consumidor não pode ser encarada como instrumento de confronto entre produção e consumo, senão como meio de compatibilizar e harmonizar os interesses envolvidos** (ALMEIDA, J., 2006, p. 16, grifo nosso).

Importa ressaltar, antes de adentrar no tema específico deste estudo – a proteção ao consumidor superendividado, no que concerne à sua imagem perante a cobrança abusiva do credor – que a Política Nacional de Relações de Consumo inclui, em seu teor, de forma incipiente, uma salvaguarda à proteção dos superendividados, conforme apresenta Gaulia:

A Lei 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor, estabelece que o consumidor é um vulnerável. A presunção é absoluta já que a lei reconhece a 'vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo'. E é com o objetivo de proteger e defender, ao máximo, esse, legalmente reconhecido, hipossuficiente, que o texto legal propõe uma Política Nacional das Relações de Consumo que vise o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade e a proteção aos seus interesses econômicos, o que em consequência deve incluir uma salvaguarda para casos de superendividamento (GAULIA, 2009, p. 53).

Tendo em vista que a harmonia de interesses é um pressuposto da proteção do consumidor, percebe-se que a lei tutela os autores (consumidor e fornecedor) da relação de consumo de forma justa e eficaz, contudo, é cristalino o entendimento de que o direito do consumidor é protecionista, ou seja, defende de forma pontual, principalmente, os interesses dos vulneráveis e ora hipossuficientes: o consumidor.

Nesse sentido, posiciona-se a doutrina majoritária:

Eis porque identificar este sujeito protegido, sujeito de direitos especiais, agente escolhido para receber um microssistema tutelar legal é a pedra de toque do Código de Defesa do Consumidor. Os direitos básicos positivados são do 'consumidor', assim definido pelo Código de Defesa do Consumidor e de ninguém mais. Os 'deveres' dos fornecedores até podem ser mais genéricos, pois os fornecedores por sua atividade comercial têm também deveres gerais de 'não lesar' e 'não aproveitar do abuso' frente a outros agentes, como nas relações interempresarias ou comerciais puras (MARQUES, C., 2000, p. 76).

Enfim, diante do surgimento do CDC, muitas lacunas jurídicas inerentes à relação de consumo foram sanadas, várias situações corriqueiras, antes não abrangidas pelo Código Civil, foram tuteladas, inúmeras dúvidas e conceitos,

anteriormente não explicados, passaram a ser norma da lei consumerista, como é o caso dos conceitos de consumidor e de fornecedor, desenvolvidos a seguir.

### 2.3.1.1 Consumidor

Sabe-se que o alvo da tutela consumerista é a relação de consumo. Entretanto, por inúmeras vezes, não se sabe que tipo de relação é essa. Não se consegue perceber e delimitar que são os seus sujeitos.

Diante dessa conjuntura e para responder todas as perguntas e dúvidas levantadas pelos juristas e pelos próprios consumidores e fornecedores, o legislador consumerista, através da Lei nº 8.078/90, dispôs de respostas necessárias para objetivar e perceber quem e o que é protegido pelo CDC.

Noutro norte, alguns doutrinadores relutam em afirmar que os conceitos legais geram interpretações múltiplas de seus objetos, devendo a doutrina, e não a lei conceituá-los. Entretanto, os conceitos legais presentes no bojo da legislação consumerista são completos e bem elaborados, contudo imprescindível é que se analisem tais conceitos para que eles não venham gerar dúvidas para o jurista, ora consumidor (NUNES, 2007).

Nesse diapasão, é importante delimitar os atores da relação de consumo, ou seja, cumpre destacar as definições legais de consumidor e fornecedor para o estudo da problemática em questão, uma vez que, para proteger o consumidor, resta saber quem pode vir a ser considerado legalmente como tal. Tal necessidade de delimitação é ressaltada por Bessa:

Os destinatários da proteção do CDC, ou melhor, as situações – suporte fático – que ensejam a incidência da referida lei, constituem um dos temas mais abordados pela doutrina especializada. A explicação é simples, talvez óbvia. Como o CDC confere um tratamento diferenciado a um sujeito concreto, ou, em alguns casos, uma disciplina específica de atividade inerente ao mercado de consumo – que é, pela própria natureza, potencialmente ofensiva a felegítimos interesses existenciais e materiais – cumpre necessariamente identificar e delimitar estes sujeitos e atividades, de modo a se concluir pela incidência ou não do diploma especial (BESSA, 2007, p. 45).

Assim sendo, é importante ressaltar que o conceito legal de **consumidor** – considerado pela doutrina de consumidor *standard* - é encontrado no artigo 2º, *caput* e seu parágrafo único<sup>16</sup>, sendo complementado pelos artigos 17<sup>17</sup> e 29<sup>18</sup>, todos do CDC.

O *caput* do art.2º do CDC informa para o intérprete que a teoria adotada pelo Código é a da “destinação final” do produto ou serviço. Nesse sentido, cristalino é o entendimento de que, por força legal, para ser considerado consumidor, o sujeito da relação de consumo não deve reempregar o bem ou serviço adquirido ao mercado com o intuito de lucro; ser pessoa física ou jurídica; adquirir ou utilizar produto ou serviço; ser destinatário final (FILOMENO, 2007).

A norma fala em destinatário final, entretanto, por força legal, o consumidor também é considerado vulnerável, e por assim ser, é possível encontrar, no cotidiano jurídico, situações em que entes vulneráveis - que não estão englobados no conceito de *consumidor* - sofrem prejuízos em relações contratuais:

Nosso entendimento é de que *consumidor* é pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final fático e econômico, isto é, sem reempregá-lo no mercado de consumo com o objetivo de lucro. Admiti-se, todavia, em caráter excepcional, que agentes econômicos de pequeno porte, quando comprovadamente vulneráveis, e que não tenham o dever de conhecimento sobre as características de um determinado produto ou serviço, ou sobre as consequências de uma determinada contratação, possam ser consideradas consumidoras para efeito de aplicação do CDC (MIRAGEM, 2007, p. 83).

Importa salientar que a vulnerabilidade do consumidor, preconizada pelo CDC, é “o estado da pessoa, o estado de risco ou um sinal de confrontação necessária com os interesses do mercado” (VASCONCELOS; BRANDÃO, 2008, p. 5). Assim, faz-se necessário demonstrar que a definição econômica de *consumidor*<sup>19</sup> é muito ampla e não foi recepcionada pelo ordenamento jurídico brasileiro, tendo em vista que a economia considera também como consumidor o intermediário – o sujeito que repassa o bem/serviço a outros fornecedores – divorciando-se da

---

<sup>16</sup> “Art. 2.º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único: Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.”

<sup>17</sup> “Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.”

<sup>18</sup> “Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.”

<sup>19</sup> É “todo indivíduo que se faz destinatário da produção de bens, seja ele ou não adquirente, e seja ou não, a seu turno, também produtor de outros bens” (FILOMENO, 2007, p.12).

concepção de destinatário final ou de sua exceção admitida pela doutrina e preconizada pela lei específica (ALMEIDA, 2006).

Nesse contexto, resta assegurar que a teoria maximalista<sup>20</sup> do conceito de *consumidor* é a majoritariamente aceita pela Doutrina pátria, em detrimento da teoria finalista<sup>21</sup>, apesar da Jurisprudência atual – precisamente o STJ – admitir a existência do que seria uma terceira teoria, qual seja o “finalismo aprofundado”<sup>22</sup>.

C. Marques (2000) ressalta o pluralismo de sujeitos e a sua fragmentação, quando se depara com o conceito de *consumidor*. Isso é demonstrado nos artigos 2º, § 2º; 17 e 29 do CDC, quando se trata da equiparação de consumidores.

#### 2.3.1.1.1 Consumidores equiparados

A legislação consumerista considerou conjecturas de equiparação de consumidores quando, independentemente da realização de um ato de consumo, as coletividades de pessoas (art. 2º, § 2º), as vítimas de um acidente de consumo (art. 17) ou as destinatárias de práticas comerciais e de formação e execução de contratos (art. 29) sofram prejuízos isonômicos aos do consumidor legalmente considerado.

Nas palavras de Miragem (2008), que discorre a respeito da existência de consumidores equiparados ao consumidor *standard* preconizado pelo *caput* do artigo 2º, do CDC, é que se verifica a plenitude de proteção ao consumidor individual, coletiva e difusamente considerado:

---

<sup>20</sup> “A corrente de interpretação maximalista, como sua própria denominação induz concluir, sustenta que a definição de consumidor deve ser interpretada extensivamente. Neste sentido, é auxiliada, tanto pela abertura conceitual da expressão “destinatário final” referida no artigo 2º, *caput*, quanto pela previsão relativa aos consumidores equiparados presentes no CDC [...]” (MIRAGEM, 2008, p.88)

<sup>21</sup> “O elemento característico desta interpretação é o fato de não haver a finalidade da obtenção do lucro em razão do ato de consumo, nem de implemento a uma determinada atividade negocial, assim como a completa exaustão da função econômica do bem, pela sua retirada do mercado. (MIRAGEM, 2008, p.86-87)

<sup>22</sup> [...] a interpretação finalista aprofundada apresenta-se a partir de dois critérios básicos: a) primeiro, de que a extensão do conceito de consumidor por equiparação é medida excepcionalmente no regime do CDC; b) segundo, que é requisito essencial para esta extensão conceitual e por intermédio da equiparação legal (artigo 29), e o reconhecimento da vulnerabilidade da parte que pretende ser considerada consumidora equiparada. (MIRAGEM, 2008, p.89)

[...] Ao lado do conceito de consumidor *standart*, presente no artigo 2º, *caput*, o CDC estabeleceu três definições de consumidor equiparado, ou seja, que se consideram consumidor por equiparação, com a finalidade de permitir a aplicação das normas de proteção previstas no Código. São os casos do artigo 2º, § 2º, artigo 17 e artigo 29 do CDC. Em todos eles, o que se percebe é a desnecessidade da existência de um ato de consumo (aquisição ou utilização direta), bastando para a incidência da norma, que esteja o sujeito exposto às situações previstas no Código (MIRAGEM, 2008, p. 83).

Assim sendo, importa saber que, além do consumidor *standard* preconizado no *caput* do art. 2º do CDC por força legal, também serão equiparados a este os casos previstos pelo próprio Código consumerista.

É relevante observar, ainda, que a pessoa jurídica é considerada consumidora em situações específicas, daí ser oportuna uma análise sucinta sobre o tema.

#### 2.3.1.1.2 A pessoa jurídica como consumidora

O *caput* do art. 2º do CDC preconiza que “consumidor é toda pessoa física ou jurídica [...]”. Nesse sentido, não há dúvidas de que a pessoa jurídica é considerada, por força legal, consumidora.

Importa ressaltar, como dito anteriormente, que a teoria adotada pelo CDC, no que tange à conceituação de consumidor foi a da destinação final, ou seja, a Doutrina aceita, majoritariamente, a teoria maximalista do conceito de consumidor. Assim sendo, resta dissertar no sentido de que a pessoa jurídica é consumidora quando adquire ou utiliza bem ou serviço.

Nunes (2007) ressalta a possibilidade de a pessoa jurídica ser consumidora quando vier a consumir bens e serviços que lhe forem próprios, conforme preconiza a Lei nº 8.078/90:

Pessoa jurídica não come, não bebe, não dorme, não viaja, não lê, não vai ao cinema, não assiste à aula, não vai a *shows*, não assiste a filmes, não vê publicidade etc.

Logo, para ser consumidora, ela somente poderia consumir produtos e serviços que fossem tecnicamente possíveis e lhe servissem como bens de produção e que fossem, simultaneamente, bens de consumo (NUNES, 2007, p. 80).

A lei consumerista ratificou o entendimento da possibilidade da existência do consumidor-pessoa jurídica, como é possível observar a partir da análise do artigo 51, inciso I<sup>23</sup>, do CDC, quando atesta que a pessoa jurídica que sofre danos derivados da relação de consumo pode, por ordem legal, pleitear indenização em situações justificáveis.

A pessoa jurídica é consumidora também quando se trata da tutela de sua imagem frente ao mercado, tendo em vista que goza do direito fundamental à imagem por força constitucional. Entretanto, a pessoa jurídica não poderá ser conceituada como consumidora endividada, uma vez que um dos requisitos para a caracterização do consumidor endividado é ser pessoa física. Este aspecto interessa ao trabalho ora realizado e, assim, será motivo de análise apartada e fundamentada no pensamento da doutrina pátria majoritária.

Enfim, resta saber que o consumidor é protegido de forma eficaz e pontual pela Lei nº 8.078/90, seja ele consumidor *standard*, equiparado ou pessoa jurídica. A lei define quem poderá ser esse novo sujeito do Direito pós-moderno e conceitua também quem detém as características típicas de um fornecedor na relação de consumo. É o que será discutido no tópico a seguir.

#### 2.3.1.2 Fornecedor

O fornecedor é sujeito de direitos de forma conjunta com o consumidor, todavia percebe-se que aquele é protegido de forma subsidiária, em detrimento da tutela específica do ente vulnerável da relação de consumo, quer seja, o próprio consumidor.

Dessa forma, seu conceito é perfeitamente englobado pela doutrina e não dissemina dúvidas sobre quando é necessária a sua aplicação. O fornecedor é um dos sujeitos alvos da proteção do Direito do consumidor o qual não emerge

---

<sup>23</sup> “Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: I – impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. *Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor-pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis*”.

ressalvas nem peculiaridades complexas como o sujeito consumidor, como explica J. Almeida:

Diferentemente do que ocorre com o consumidor, o conceito de fornecedor não é debatido com frequência pelos autores, talvez devido ao vasto leque de atividades econômicas e da amplitude da área de prestação de serviços. Talvez seja mais cômodo definir por exclusão, ou seja, dizer quem não pode ser considerado fornecedor. Em princípio, portanto, só estariam excluídos do conceito de fornecedor aqueles que exerçam ou pratiquem transações típicas de direito privado e sem o caráter de profissão ou atividade, como a compra e venda de imóvel entre pessoas físicas particulares, por acerto direto e sem qualquer influência de publicidade (ALMEIDA, J., 2006, p. 42-43).

Como verificado, no que diz respeito ao conceito de *fornecedor* - outro sujeito da relação de consumo - não há exclusão ou ressalva feita por lei, sendo sua definição encontrada no artigo 3º<sup>24</sup> do CDC, sem que haja maiores dúvidas ou discussões a respeito do tema, como bem ressalta o autor supracitado: “Praticamente, a definição legal esgotou todas as formas de atuação no mercado de consumo” (ALMEIDA, J., 2006, p. 43).

A lei consumerista, preocupada com a fragilidade e vulnerabilidade do consumidor - características resultantes de sua hipossuficiência perante o mercado ou fornecedor - enfatizou que **mesmo os entes despersonalizados são tipificados como fornecedores**, evitando assim que a falta de personalidade jurídica de alguns entes viesse a ser motivo de fraude ou prejuízo aos consumidores (quando um grupo familiar assume a figura de fornecedor numa relação de consumo) (FILOMENO, 2001).

Faz-se importante a ressalva à definição de fornecedor para a futura análise da problemática do tema, tendo em vista que, normalmente, o consumidor sofre prejuízos à sua imagem, e o fornecedor assume a função de cobrador abusivo do seu crédito. Nesse sentido, necessário é enfocar os princípios da relação de consumo e os direitos básicos do consumidor – preconizados pelo CDC – frente ao seu fornecedor e, indiretamente, frente ao mercado.

---

<sup>24</sup> “Art. 3.º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.



### 2.3.1.3 Direitos básicos do consumidor no CDC

A relação de consumo é polarizada pelo consumidor – no pólo passivo – e pelo fornecedor. Cumpre demonstrar que essa relação é regulada por princípios gerais da tutela específica do consumidor, a saber: princípio da isonomia (vulnerabilidade); da boa-fé; da intervenção estatal; da transparência; da responsabilização objetiva; da solidariedade obrigacional; da facilitação do acesso à Justiça; do sancionamento das desconformidades de consumo (NUNES, 2007).

No que tange aos direitos básicos do consumidor na relação de consumo, a ONU – por meio da Resolução nº 32/248, já mencionada – reconheceu como tais os seguintes: direito à segurança; à escolha; à informação; a ser ouvido; à indenização; à educação para o consumo; a um meio ambiente saudável.

A finalidade da tutela consumerista é, sem dúvida, como pode ser deduzido pelos princípios específicos e pelos direitos básicos do consumidor, harmonizar os interesses dos atores da relação, sempre protegendo o consumidor dos abusos do mercado que maculam seus bens patrimoniais e extrapatrimoniais. É correto afirmar, portanto, que a lei resguarda o consumidor em todos os sentidos - seja ele físico ou moral - sendo esta última bem mais difícil de ser recuperada quando atingida, como é o caso das garantias e direitos fundamentais da pessoa natural.

Tendo em vista que o consumidor é, primeiramente, um ser humano, não resta dúvida de que a proteção aos seus direitos naturais é função também da lei consumerista, como é o caso do estado de endividamento. A lei vem tutelar a imagem do ser humano rotulado de consumidor, proteger sua integridade física na relação de consumo, aliviar a dor moral da pessoa humana que sofre enquanto sujeito dessa relação, e nunca proteger o endividamento e uma possível inadimplência do mesmo.

O superendividamento é fruto da massificação do mercado, é consequência do fato de o consumidor ser considerado não uma pessoa, mas um número na economia. Assim sendo, é uma realidade social que deve ser combatida, todavia com prudência e cautela, encontrando limites nos direitos fundamentais da pessoa humana (BESSA, 2007).

Nesse diapasão, cumpre discorrer acerca do fenômeno do superendividamento do consumidor, tomando por fundamento inicial o aspecto da

concessão do crédito no Brasil e no mundo. Considera-se, para tal, a vulgarização do crédito como o instrumento capital do aumento do sobre-endividamento consumerista, da inadimplência do consumidor e de sua peculiar condição frente ao mercado de consumo, à sociedade e, principalmente, a si mesmo.

### 3 CAPÍTULO II - SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR, A CONCESSÃO DO CRÉDITO E A INADIMPLÊNCIA: A RELAÇÃO INTRÍNSECA EXISTENTE ENTRE OS INSTITUTOS

*“O progresso é a injustiça que cada geração comete para com a que a antecedeu”*

Emil Cioran

#### 3.1 Causas históricas e atuais do crédito ao consumidor, o reflexo em seu sobre-endividamento e a inadimplência no cenário brasileiro e internacional

Nas palavras do filósofo romeno-francês supracitado, percebe-se que a inadimplência dos consumidores nos séculos XIII e XIX, refletida nas inúmeras injustiças que lhes foram ocasionadas, resultou no progresso da produção de legislações de proteção aos consumidores endividados nos séculos XX e XXI, os quais ora eram discriminados e, por vezes, até mal tratados em muitas áreas de suas vidas.

No entendimento de Pereira:

O século de Molière não conheceu o fenômeno do superendividamento, ao menos não como se o concebe na contemporaneidade. A tônica anedótica do escritor não deixa, todavia, de acenar para as dificuldades decorrentes do endividamento pessoal, ressentidas desde sua época (PEREIRA, 2006, p. 159).

A inadimplência é consequência do consumo em massa, “fruto da massificação dos mercados”, como bem assegura Nunes (2007, p. 24). Assim sendo, ela é visível desde os primórdios da existência do comércio, ou seja, o endividamento não é novidade, novidade é a percepção, atualmente, de suas causas e consequências.

O estudo das causas da inadimplência do consumidor é de suma importância para a análise da proteção ao consumidor sobre-endividado, tendo em vista que, via de regra, quem está em situação de superendividamento, normalmente, encontra-se em estado de inadimplência. Ressalva-se: não há obrigatoriedade na relação entre endividamento e inadimplência, todavia quem se encontra nesta situação, geralmente foi acometido daquela.

De acordo com M. Marques:

[...] As hipóteses de inadimplência obrigacional estarão afetas à idéia de superendividamento, mas precisamente ao aspecto jurídico-semasiológico desse termo, quando identificar um estado em que o consumidor se vê impossibilitado, de uma forma durável ou estrutural, de pagar o conjunto de suas dívidas, ou mesmo quando existe uma ameaça séria de que o não possa fazer no momento em que elas se tornarem exigíveis (LEITÃO MARQUES, 2000, p. 21).

Em outro norte ao posicionamento supracitado, encontram-se, na Doutrina pátria, autores que divorciam a ligação estreita entre inadimplência e superendividamento, revelando que não existe, necessariamente, um limiar obrigatório entre o não pagamento das dívidas do consumidor e seu sobreendividamento. O consumidor pode ser ora inadimplente, ora superendividado e, às vezes, mas de forma não obrigatória, inadimplente e superendividado, como ressalta Giancoli:

Assim, ciente da descartabilidade social do consumidor, superendividamento não pode ser encarado meramente como um estágio de inadimplência obrigacional, mas sim como um *status* de uma pessoa dotada de uma carência de necessidades (comer, viver, vestir-se, morar etc.) instrumentalizadas através do crédito ao consumo que são reveladoras de interesse e proteção jurídica (GIANCOLI, 2008, p.121).

Importante é a análise da concessão do crédito no mundo e no Brasil, para que seja estabelecida a relação existente entre o superendividamento do consumidor, a inadimplência que ora lhe assola e as causas e conseqüências do status de devedor para o sujeito de direitos que se reveste do manto do consumo.

### 3.1.1 O crédito e os aspectos responsáveis pelo endividamento e inadimplemento do consumidor

A globalização e os modelos econômicos adotados pelos países contribuem para o número crescente de endividados e inadimplentes na sociedade. É o que se percebe quando da análise histórica da concessão do crédito desde os primórdios

da sociedade de consumo até o surgimento do modelo econômico Liberal, Social e a sua exacerbada liberalização, no modelo Neoliberal.

O crédito ao consumidor é um instrumento de estímulo ao consumo, pois é fundado na premissa de que a mola propulsora da economia é o consumo, por isso se torna “[...] um elemento de dinamização da produção capitalista” (LOPES, 1996, p. 57).

Importante é ressaltar o berço romano do surgimento e concessão do crédito: “O vocábulo crédito é originário da antiga Roma, pois, *credere* é a forma infinitiva de um verbo latino que significa crer. Daí o relacionamento etimológico com o verbo acreditar [...]” (GIANCOLI, 2000, p.13). É por essa razão que a concessão do crédito consiste em acreditar no devedor, pois é da relação de confiança entre credor e devedor que surge todo e qualquer negócio jurídico relacionado ao crédito.

#### 3.1.1.1 Facilidade na concessão do crédito

Na sociedade moderna, o crédito se tornou não só instrumento de confiança do credor junto ao devedor, mas um meio eficaz de melhoria na qualidade de vida. É por essa razão que, no século XIX, obter crédito, na França, era um privilégio, conforme elucida Khayat: “As instituições concessoras testemunhavam de grande desconfiança e o inadimplemento era em larga medida identificado à culpa, no sentido jurídico e moral, do devedor” (KHAYAT, 1998, p.1-5 *apud* PEREIRA, 2006, p. 163).

No início do século XX, aquela conjuntura de crédito para poucos, vivida anteriormente na Europa, modificou-se de modo que a venda parcelada facilitou e financiou o superendividamento nos Estados Unidos e, conseqüentemente, na Europa, como disserta Kilborn:

Os Estados Unidos partiram vagarosamente no caminho para o superendividamento no começo do século XX, por meio do crédito de venda parcelada. A descrição de Lendol Calder do sistema de crédito norte-americano, na virada do século XX, aplica-se da mesma maneira na Europa: ‘pessoas que não tinham direito podiam facilmente fazer mais empréstimos, enquanto que as pessoas sem dinheiro encontravam

dificuldades para conseguir qualquer tipo de empréstimo (KILBORN, 2006, p. 70).

Posicionamento análogo é tomado por Giancoli:

A partir do século XIX e mais ainda no século XX, há um aceleração do seu desenvolvimento, fruto do desligamento dos modelos antigos europeus e a consagração da forma revolucionária de venda parcelada, surgida nos Estados Unidos para financiar equipamentos domésticos (GIANCOLI, 2008, p. 31).

Ao que se pode denominar de *vulgarização do crédito* ou a sua liberalização, diferenciando-se dos moldes repressores de concessão crediária no século XIX, foi percebida em meados dos anos 70 e 80 nos Estados Unidos e na Europa. Essa mudança foi verificada “tanto na consideração do seu papel econômico quanto na sua concessão: a vasta difusão do crédito ao consumidor passaria a ser vista como excelente fomentador do crescimento econômico e do aumento da produção” (PEREIRA, 2006, p. 163).

Por força das consequências advindas do surgimento da sociedade de consumo e do fenômeno ocasionado pelas taxas baixas da inflação em meados dos anos 70, no mundo, observou-se que o aumento do desemprego foi o estopim para que os consumidores recorressem à busca do crédito (BERTONCELLO; LIMA, 2009).

Nesse diapasão, os Estados Unidos perceberam que a concessão do crédito deixou de ser apenas sinônimo de pobreza – como é o caso da busca pelo crédito, devido à falta de emprego – e o encararam como um meio de adquirir bens de necessidades básicas, mas também de angariar desejos dos consumidores (FRADE; MAGALHÃES, 2006).

Percebe-se que o crédito ao consumidor nasceu e se estabeleceu por força da situação social vivida na época, ou seja, o crédito se tornou responsável pela subsistência do proletariado, a partir do momento em que passou a ser adquirido e utilizado para a locação/aquisição de bens necessários à sustentabilidade dessa classe social (GIANCOLI, 2008).

Entretanto, nos Estados Unidos, havia a ideologia de que o crédito ao consumidor não era contaminado por preconceitos e, por isso, era fácil obtê-lo em um cenário em que não se exigiam garantias. Observa-se o reflexo disso no mundo contemporâneo, em que o consumo atual preenche uma dupla função do ponto de

vista do indivíduo: satisfação de necessidades e realização de desejos (GAULIA, 2009).

Originado nos Estados Unidos, esse entendimento de liberalização do crédito espalhou-se pelos mercados mundiais: iniciando-se pelos países europeus localizados ao Norte e posteriormente abrindo as portas dos mercados dos países ao Sul. Assim, tal entendimento foi adotado, em princípio, pelos países de tradição protestante, para depois atingir os de tradição católica, como é o caso de Portugal, que abriu a concessão de crédito fácil em meados dos anos 90 (FRADE; MAGALHÃES, 2006).

Corroborando com o posicionamento acima descrito, Gaulia descreve:

A democratização do crédito remonta aos EUA, país que, antes dos países europeus ocidentais, deixou de interpretar o crédito como sinônimo de pobreza ou de prodigalidade, para o encarar simplesmente como um meio de adquirir uma máquina de costura ou um automóvel, transformando-o num mecanismo fundamental para dinamizar a economia nacional (GAULIA, 2009, p. 43).

Nesse sentido, sinaliza-se o entendimento de que os próprios consumidores detêm uma parcela de responsabilidade por estarem e serem inadimplentes. Entretanto, a facilidade do crédito – a qual configura sua vulgarização, sem exigências de garantias, isto é, um abuso de direito por parte do fornecedor na concessão do crédito – e as inúmeras instituições que o concedem, além de outras causas analisadas mais adiante se apresentam como corresponsáveis pelo fenômeno do superendividamento ou sobre-endividamento – esta última expressão é a nomenclatura mais utilizada no âmbito da União Européia.

Nas palavras de Pereira:

A ideologia neoliberal que predominou no final do século xx no ocidente trouxe como consequência a liberalização do crédito. Alguns legisladores sentiram logo, outros com certo atraso... a necessidade de regulação do 'direito do crédito ao consumidor', de modo a evitar o agravamento da condição econômica e social dos consumidores (PEREIRA, 2006, p. 162).

O modelo neoliberal adotado no cenário econômico mundial e, especificamente, brasileiro vem sendo seguido sobretudo desde os anos 90 e, “[...] no Plano Real, gerou uma estabilização da moeda, mas o custo social já aparece sob a forma de uma inadimplência dos consumidores” (LOPES, 1996, p. 62).

A falta de exigência de garantia quando do fornecimento do crédito, por parte do fornecedor, ou seja, a facilidade do crédito e sua conseqüente liberalização aparecem, para Cavallazzi (2006), como sendo uma das causas capitais do superendividamento do consumidor na atualidade. É o que se percebe na análise de seu texto:

A garantia, além de satisfazer o crédito se o devedor deixar de cumprir a sua obrigação, também pode ser um importante instrumento na prevenção do endividamento excessivo. [...] Tal exigência, portanto, serviria para inibir o endividamento impensado por parte do consumidor e restringir a atitude irresponsável dos fornecedores de crédito, que o cedem sem analisar a capacidade econômica de quem está prestes a se endividar (CAVALLAZZI, 2006, p. 392).

A doutrina enfatiza a necessidade da consolidação de diversos princípios, quando há a aquisição do crédito pelo fornecedor (bancos e instituições financeiras, na maioria das vezes), como forma de coibir o crédito irresponsável e, assim, combater a vulgarização do crédito:

[...] As relações de crédito devem ter transparência e compreensão aos seus destinatários.

[...] O empréstimo deve ser cauteloso, responsável e justo. Os pagamentos antecipados devem ser permitidos e jamais podem receber penalidades; nenhum emprestador pode explorar a fraqueza, a necessidade ou o despreparo dos tomadores [...]

[...] Tem-se que o cancelamento dos contratos (e a desestruturação do consumidor) deve ser evitado, preferindo-se a adaptação ou renegociação.

[...] A legislação protetiva deve ser efetiva: tutelando a vulnerabilidade dos tomadores não comerciais; alcançando todas as modalidades, diretas e indiretas, de oferta de crédito.

[...] Os consumidores devem ter meios adequados para defenderem seus direitos e estarem livres para reclamar seus interesses (MOURA; BESSA, 2009, p. 159).

Diante das considerações acima prescritas e enfatizando a urgência na regulação eficaz do crédito ao consumidor, importa analisar, de forma sucinta, a expansão do crédito, sua conseqüente vulgarização no mercado imobiliário americano e a conseqüência dessa conjuntura na crise econômica mundial vivenciada há anos.



### 3.1.1.1.1 O reflexo da facilidade da concessão do crédito no cenário americano e a crise econômica mundial

Simultaneamente à facilidade do crédito no Brasil, verificou-se que a oferta e a concessão do crédito norte-americano geraram uma notória onda de endividamento e inadimplência no país.

Desde 11 de setembro de 2001, quando a economia dos Estados Unidos foi abalada pelo atentado terrorista que culminou, principalmente, com a queda das torres gêmeas, o país passou a implementar políticas públicas que reaquecessem a economia, objetivando que esta voltasse a fluir com o mesmo energismo da década de 90 – os chamados anos dourados da economia americana. É o que se percebe através do estudo abaixo:

Realmente, o mercado imobiliário americano desenvolveu-se de maneira acelerada após o ataque terrorista de 11 de setembro de 2000 e a crise das empresas *ponto com*, em 2001<sup>25</sup>. Com os juros baixos aplicados pelo *Federal Reserve System* (FED), visando à recuperação da economia, o setor aumentou a oferta sobre os imóveis. Os financiamentos cresceram em demasia, inclusive para classes menos abastadas, o denominado segmento *subprime* (de segunda linha), composto por pessoas de renda baixa e até mesmo inadimplentes (Folha Online, 15 set.2008). A corrida ao lucro era o que interessava aos investidores e especuladores. Não houve precauções nem regulação adequada, seja do Estado ou de agências próprias; o consumismo alastrou-se.

Como esses consumidores do mercado imobiliário não conseguiam pagar suas hipotecas, os títulos *subprime*, sem liquidez no mercado, começaram a causar desconfiança e **pânico**.

Dessa maneira, a **crise do mercado hipotecário** dos EUA culminou na **crise do mercado de crédito de modo geral** (REINALDO; BELO, 2009, p. 6, grifo nosso).

Moura e Bessa (2008, p. 151) acrescentam: “[...] Foi notória a experiência norte-americana com o inadimplemento em bloco de empréstimos aos consumidores, com sérios impactos nacionais e internacionais”.

A desregulação do mercado americano, fundado no modelo econômico neoliberal, que alavancou a economia mundial nos últimos anos, mostrou sua face obscura: “O abalo de crédito no sistema financeiro mundial e a necessidade da mão (*visível*) do Estado, em um propagado retorno à era Keynes” (REINALDO; BELO, 2009, p. 2).

---

<sup>25</sup> Crise que também foi fruto da inocuidade do discurso da desregulação e paradigmática da necessidade de acompanhamento estatal dos mercados.

Assim, em um cenário em que se tornou imprescindível a intervenção do Estado no domínio econômico, com a teoria neokeynesiana, segundo a qual o Estado deve intervir na economia em época principalmente de crise, visando a reequilibrar o sistema e reprimir os prejuízos para a sociedade e também para o próprio Estado, é que se verifica o reflexo da facilidade do crédito no superendividamento e na inadimplência no cenário econômico mundial. Isso se percebe quando da análise da facilidade do crédito imobiliário norte-americano:

Uma das explicações para a crise atual pode ser encontrada na expansão de crédito descontrolada advinda das **políticas norte-americanas de concessão de juros baixos** as quais permitiram a criação, no **setor imobiliário**, de uma *bolha de crédito* (REINALDO; BELO, 2009, p. 4) (grifo nosso).

I. Martins corrobora com o posicionamento acima explicitado e leciona:

O crédito barato financiou o consumo desenfreado das famílias americanas (cuja dívida agregada equivale hoje a 140% do PIB do país) e está por trás dos empréstimos irresponsáveis e dos investimentos temerários que produziram nos bancos americanos um rombo [...] O crédito fácil americano criou um boom industrial na China, mexeu com o preço dos alimentos em todas as latitudes e transbordou para diversas áreas da economia mundial. Os bancos captavam dinheiro em Wall Street e o repassavam a seus clientes em outros países. Esse mecanismo foi corresponsável pelo crescimento de crédito no Brasil, financiado em 20% por captações externas. A economia mundial cresceu nos últimos anos com esse anabolizante (MARTINS, I. 2008, p. 48).

Para Schmidt Neto (2009, p. 11), ainda, discutir esse assunto é bastante relevante na atualidade: “[...] Diante da crise mundial desencadeada no ano de 2008, que demonstrou os perigos do crédito desmedido e gerou uma grande leva de superendividados”.

Enfim, percebe-se, no âmbito internacional, que a facilidade do crédito é um dos instrumentos poderosos geradores do superendividamento e da inadimplência, pois até mesmo a maior potência econômica do século XXI não conseguiu lutar contra as consequências do crédito desvairado e irresponsável no mercado de consumo.

Por fim, a respeito do cenário norte-americano, dissertam Moura e Bessa:

O retrato da maior economia mundial, durante 2007, impingiu sérios apuros ao consumidor e a efetivação da política pública externada pelo órgão

competente pela regulação das atividades financeiras não foi eficiente para fazer frente aos prejuízos dos consumidores daquele país, sobrando motivos para que outros países antevejam o fenômeno para que não se repita em outras economias, inclusive a brasileira (MOURA; BESSA, 2009, p. 153).

A expansão do crédito e sua conseqüente vulgarização também encontram como aliada, além da facilidade em obtê-lo, a publicidade abusiva e exagerada frente ao consumidor, e não resta dúvida de que o fruto dessa conjuntura é o endividamento e a inadimplência consumerista.

### 3.1.1.2 Oferta e publicidade na venda do crédito

Segundo Carpena (2007, p. 77): “Como dito, onde o crédito é fácil, o endividamento também o será” e, ainda:

*Compre agora, pague depois.* A expressão é conhecida de todos os brasileiros, e aponta uma solução para o desejo e a necessidade de consumir. O crédito é essencial para a maioria da nossa população e sua expansão, alcançando crescentemente camadas excluídas do consumo, se de um lado representa o aquecimento do mercado, por outro, potencializa os riscos da contratação (CARPENNA, 2007, p. 76).

Mister se faz compreender que o fornecedor de crédito não vende simplesmente a moeda, o dinheiro vivo, o credor de crédito vende crédito. Não há redundância nessa afirmação, tendo em vista que:

Há um diferencial primacial entre vender dinheiro e vender crédito. [...] No passado, os bancos disponibilizavam o dinheiro, a garantia, a confiança em relação àquele que tomava o empréstimo era fundamental. [...] Já a venda do crédito na sociedade atual, do consumo em massa, da contratação em massa, prescinde de garantias, confiança, reflexão (GAULIA, 2009, p. 47).

Nessa conjuntura, independente de possuir o consumidor-devedor garantias perante o seu credor, aquele adquire o crédito através – principalmente – de dois mecanismos facilitadores: a oferta e a publicidade, como ressalta Gaulia (2009, p. 47): “Como qualquer produto à venda no mercado, o crédito precisa, pois, da oferta e da publicidade”.

O anúncio publicitário, muitas vezes enganoso e abusivo, é alvo de repressão da lei consumerista e se configura como prática abusiva do fornecedor perante o consumidor. Entretanto, muitas são as vezes que a proteção legal não consegue inibir a propaganda, e, assim, a publicidade abusiva consegue ser o meio veiculador do crédito fácil para o consumidor.

Sabe-se que os dados referentes a qualquer oferta e apresentação de produtos e serviços devem preencher, obrigatoriamente, todos os requisitos do artigo 31 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, oferecendo ao consumidor informações claras, corretas, precisas, ostensivas e em veículo nacional. Nota-se que todas as características preconizadas pelo CDC culminam simplesmente em ofertar ao consumidor a verdade da informação passada pelo fornecedor. Contudo, o vendedor de crédito raramente obedece ao dispositivo legal, levando ao consumidor informações recheadas de omissões e falsidades quando da aquisição e quitação do débito.

No entendimento de Azevedo:

Portanto, a informação deve ser clara e a publicidade evidenciada com tal. Até porque, de acordo com o art. 30 do CDC, inserido na seção II –Da Oferta, a informação ou publicidade, suficientemente precisa, integrará o contrato que vier a ser realizado, vinculando de forma impositiva, o fornecedor por ela responsável ou que dela se utilizar. Logo, responderá o fornecedor, com base no princípio da confiança, pela vinculação errônea, que desvia ou induz o consumidor a um enlace não desejado (AZEVEDO, 2008, p. 209).

O chamado *marketing* é um forte instrumento de coerção no mercado de consumo; práticas como *merchandising* – que introduz, implicitamente, um produto ou serviço no mercado – são muitas vezes postas ao consumidor de forma subliminar, sem que ele perceba no cotidiano de sua vida. Todas essas práticas, permitidas por lei, passam a ser abusivas quando fogem da intenção real de fornecer ao consumidor informações sobre a venda de produtos e serviços e se tornam aliadas dos fornecedores na sedução dos consumidores. Estes são impulsionados a consumir: “Uma visão mais clara da realidade do hiperconsumo revela que seu incentivador é o fornecedor de crédito” (GAULIA, 2009, p. 45). Ainda, complementa Schmidt Neto (2009, p. 23): “Outrossim, não se pode olvidar que a conduta do consumidor é pautada por um comportamento quase que irracional, provocado pelo forte aparato publicitário das empresas”.

Não há como negar a participação especial da publicidade no consumismo do crédito e da aquisição irresponsável do mesmo: “Cientistas do ramo da publicidade, marketing, entre outros, estudam por anos o comportamento do consumidor e as formas de induzi-lo ao consumo” (SCHMIDT NETO, 2009, p. 22-23).

Ademais, observa-se que as formas de publicidade são tuteladas pontualmente pelo CDC, contudo a vigilância dos órgãos de defesa do consumidor e os próprios consumidores são responsáveis pela fiscalização e acompanhamento de tal prática abusiva, com o intuito de coibir qualquer forma de ilegalidade por parte dos fornecedores de bens e serviços, neste caso, entre fornecedores de crédito e o ente vulnerável da relação de consumo, o consumidor.

Outro aspecto apontado pela doutrina consumerista pátria, como fator responsável e gerador do endividamento e ora da inadimplência do consumidor, principalmente no Brasil, é a situação particular do consumidor em países subdesenvolvidos e/ou em desenvolvimento.

### 3.1.1.3 Crédito nos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento

Como bem expressa Lopes:

No Brasil, o crédito ao consumo destinado a certas classes sociais é fonte de escândalos que chegam ao foro internacional, como a *escravidão* (informal) *por dívidas*. Há pois, nas sociedades de classes e especialmente pobres como o Brasil, duas espécies de consumidores: os privilegiados e os desfavorecidos (ou hipossuficientes, como diz nosso CDC no art. 6º, VIII). Os primeiros têm acesso mais fácil a créditos e bens, embora sujeitos a práticas restritivas e ilícitas também. Constituem a chamada – vulgarmente – classe média e classe alta. Os segundos, os consumidores desfavorecidos, são os pobres. Os pobres estimulados ao consumo, seja supérfluo, seja necessário (LOPES, 1996, p.58).

Aparentemente, é inegável que a concessão do crédito é irrestrita à classe média e às classes baixas, por força das questões sociais e jurídicas que assolam esses setores econômicos da sociedade, em razão da necessidade de se ter crédito para agregar valores de subsistência ao consumidor pertencente a essas classes sociais (GAULIA, 2009).

No Brasil, país considerado em situação de desenvolvimento econômico, percebeu-se, através da 7ª Conferência Internacional de Serviços Financeiros, um crescimento na expansão da oferta de crédito a título de mútuo bancário, é o que a doutrina chama de *bancarização* (MOURA; BESSA, 2009).

A bancarização é “o envolvimento ainda maior do consumidor com o banco” (MOURA; BESSA, 2009, p. 147), muito comum nos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento. Esse fenômeno não é visto como reflexo natural do mercado, mas como um fruto artificial, proveniente do aumento publicitário da concessão do crédito, sobretudo em países subdesenvolvidos, onde os consumidores são mais carentes financeiramente e necessitam do crédito para sobreviver na sociedade.

A partir de uma simples abertura de conta corrente, com o crédito pré-aprovado em forma de cheque-especial – muitas vezes sem consulta ao consumidor – constata-se o fenômeno da bancarização e posteriormente o do superendividamento:

[...] Por trás da mera abertura de conta corrente, a real intenção das instituições financeiras é capitalizar usuários de crédito vinculando-os às contas correntes.

Falta, em verdade as devidas advertência e orientação sobre os custos efetivos que advirão em face do inadimplemento deste empréstimo que é extremamente fácil de ser contraído; basta um ato direto de saque, emissão de cheque, transferência, pagamento *on line* ou débito na conta para que o empréstimo se inicie, ficando para segundo plano o conhecimento da data de vencimento do contrato, dos juros remuneratórios e, pior, dos encargos e juros que serão aplicados em caso de inadimplemento (MOURA; BESSA, 2009, p. 148-149).

Nos países subdesenvolvidos, o crédito é adquirido, muitas vezes, por força da facilidade imposta pelos bancos, tornando maior o número de consumidores que se relacionam com o fornecedor de crédito – fenômeno da bancarização – mas, também, em razão das condições econômicas e sociais que revestem a população subdesenvolvida. Inevitavelmente, percebe-se que tais condições são causas capitais dos endividamentos dos consumidores, de forma que essas situações se tornaram razões específicas para sobre-endividamentos na atualidade.

A partir do momento em que o consumo satisfaz as necessidades básicas do consumidor e realiza seus desejos, o crédito passa a ser visto e utilizado como instrumento de ascensão social, contribuindo “para a realização pessoal, expressa simbolicamente por um nível de vida melhorado” (LABRUYÈRE, 2000 *apud* FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 24).

É nesse contexto que o crédito e sua facilidade de concessão transformam-se em uma arma letal para a economia do indivíduo, sobretudo aquele que vive nos países pobres economicamente, ou seja, os subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Visualizando uma saída para seus problemas econômicos e, por conseguinte, para uma vida melhor, o consumidor mergulha fundo no crédito disponível em vários setores da economia e se torna superendividado.

#### 3.1.1.4 O aspecto social do consumo

O aspecto social do consumo é visto como uma das diversas causas do fenômeno do sobre-endividamento, tanto no cenário nacional quanto no internacional, como bem aponta M. Marques:

Esses padrões resultam da interação das necessidades individuais com o meio social. A adoção de determinadas práticas de consumo está relacionada com as percepções que os indivíduos têm acerca do que é ou não valorizado pelo grupo social no qual eles acreditam (ou aspiram a) estar incluídos. Os indivíduos fazem, possuem e adquirem aquilo que é entendido como adequado fazer, ter ou comprar pelos outros com os quais cada indivíduo se identifica. Assim, o comportamento dos outros constitui um termo de comparação para o indivíduo, informando-o sobre o que deve ou não ser feito, ajudando-o a decidir (MARQUES, M., 2006, p. 14).

Na sociedade contemporânea, o crédito representa *status*, segurança do indivíduo em relação aos demais e às inúmeras situações proporcionadas pelo modelo capitalista. Contudo, sabe-se que não é o crédito em si que reveste o ser humano de dignidade, entretanto a sociedade e o fornecedor de crédito impulsionam o consumidor a aderir ao poder creditício, vinculando a ideologia de que somente quem possui crédito na praça é digno de por ela caminhar, imputando no consumidor a cultura do *ter* e não do *ser*, conforme atesta Schmidt Neto:

Esse desejo de viver acima de suas possibilidades econômicas para obter tudo aquilo que a mídia de massa trata como indispensável, tem como consequência inevitável a ocorrência do fenômeno do superendividamento (SCHMIDT NETO, 2009, p. 23).

Essa realidade não pode e não deve persistir no seio social; as políticas públicas são responsáveis por derrubar tal ideologia e fazer emergir no cidadão a consciência de que consumir crédito não eleva a sua dignidade perante os demais. Tal situação não pode ser desconsiderada pelo Estado nem tampouco pelo Direito, de modo que o aspecto social do consumo deve ser analisado pelo legislador consumerista, na elaboração de normas que venham a tutelar o consumidor sobre-endividado.

Com respeito à importância da ciência jurídica voltar-se para a realidade social, disserta Gaulia:

Uma hermenêutica jurídica que esteja sustentada apenas por doutrinas jurídicas e pela letra da lei, sem outros olhares enriquecidos pelas ciências humanas que integram necessariamente o conhecimento maior (já que o conhecimento pleno é inatingível), será inadequada, pois reforçará preconceitos, representações do senso comum, contradições inerentes à literalidade da lei, e, por conseguinte, posições injustas e desconformes com o mundo da vida (GAULIA, 2009, p.45).

Assim, observa-se que o Direito não se divorcia das outras ciências humanas, no que concerne à resolução de questões que norteiam o ser humano. Todas as fontes do Direito emanam o conhecimento jurídico da situação a ser tutelada, entretanto é da junção da valoração social, natural e ética ao saber jurídico que se encontra a norma protetora do ser humano.

No campo do Direito do consumidor, sobretudo no que tange à tutela do consumidor superendividado, os fatores sociais devem ter uma parcela de responsabilidade na elaboração de uma norma jurídica e quando se protege o consumidor em dívida, uma vez que a questão social do endividamento é o ponto de partida dos estudos na área.

Ferreira expôs sobre o tema em recente entrevista, na Revista do Idec:

[...] As decisões de consumo são influenciadas por um conjunto de fatores. Existe nosso inconformismo com a incompletude interior, a pressão social – você quer se destacar, se equiparar a seu grupo. E há a pressão do marketing. Existe uma indústria que desenha tendências e vende necessidades. Se não houvesse a nossa arquitetura interna, psíquica, poderiam rachar de pressionar que ninguém daria bola. O problema é quando casamos nossas necessidades com essas pressões (FERREIRA, 2008, p. 10).

Devido à pressão da sociedade em instigar, nos consumidores, a ideologia de possuir dignidade e *ser alguém* de prestígio no seio social por meio do crédito, e



isso, muitas vezes, resultar em um superendividamento (ora acometido da inadimplência), é que o Direito deve ter a preocupação com positivar normas específicas de proteção ao consumidor endividado, visto que o endividamento é considerado, no meio científico, com sendo um fenômeno social que atinge a maioria da população que consome. A busca incessante do consumidor por *ser alguém* através do crédito levou Gaulia a uma reflexão sábia e irônica:

É, pois. O crédito, com suas fórmulas tradicionais de expansão e sedução, que catapulta, leva alguém que é ninguém, um nada, pois nada tem, para o palco iluminado em que todos possam enxergá-lo como alguém. Alguém que usa a mesma roupa do Gianecchini ou que tem o celular da Galisteu, alguém que dirige o carro do Brad Pitt e que usa a mesma roupa de baixo da Luciana Gimenez, nem que seja para tirá-la à frente de um outro alguém que só usa Calvin Klein, embora não seja o Mick Jagger (GAULIA, 2009, p. 44).

O tema e suas causas, por serem extremamente importantes e configurarem uma realidade na sociedade brasileira e internacional, tornaram-se bastante discutidos, a ponto de serem alvos de estudos por parte de pesquisadores da Universidade de Coimbra, como bem explicitam Frade<sup>26</sup> e Magalhães<sup>27</sup>:

A compreensão da dimensão psicossocial do sobreendividamento é um dos principais objetivos do mais recente estudo prosseguido pelo Observatório do Endividamento dos Consumidores, que visou aprofundar a relação de interdependência entre desemprego e insolvência das famílias (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 25-26).

Assim sendo, percebe-se que causas não apenas sociais, mas também psicossociais – como o desemprego e a ascensão social – são fatores intrínsecos ao superendividamento dos consumidores, aliados ao modelo econômico de liberalização do crédito, à facilidade de concessão e à falsa expectativa de mudança de vida por força da adesão ao crédito.

A busca sistemática pelo crédito gera o endividamento e a inadimplência, percebida em vários setores da economia no Brasil e no mundo. Os consumidores adquirem novos créditos, muitas das vezes em consequência da pressão social e, geralmente, por causa da facilidade em que é oferecido, sem terem quitado os

<sup>26</sup> Coordenadora executiva do Observatório do Endividamento dos Consumidores, em Coimbra, Portugal.

<sup>27</sup> Bolsista de investigação científica do projeto *Desemprego e endividamento das famílias*, da Universidade de Coimbra, Portugal.

anteriores, pois a quitação não é pré-requisito para uma nova adesão (LIMA; BERTONCELLO, 2006). Assim, o consumidor envolve-se no processo de superendividamento ativo, como explica Pereira:

[...] A causa mais importante do que se denominou 'superendividamento ativo' era o recurso sistemático ao crédito, o que submetia os consumidores a um espiral de aquisição de novos créditos diante da incapacidade financeira de reembolsar os adquiridos anteriormente (PEREIRA, 2006, p. 170).

Isso ocorre porque “do ponto de vista sócio-econômico o crédito foi, é e será a mola propulsora do desenvolvimento econômico, ou seja, um instrumento de transformação de grande amplitude, capaz de modificar a sociedade como um todo” (GIANCOLI, 2008, p. 14). Dessa maneira, percebe-se que várias são as causas do superendividamento dos consumidores e, conseqüentemente, de sua inadimplência.

Entretanto, muito se fala da falta de informação dos endividados em relação à adesão ao crédito, podendo ser esta a maior causa do sobre-endividamento, conforme observaram Frade e Magalhães:

[...] Alguns manifestaram uma enorme revolta pela ausência de apoios institucionais para pessoas na sua condição, por contraposição às ajudas prestadas a certos grupos sócio-econômicos [...] (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 30).

Noutro norte, há o entendimento de que as pessoas na situação de endividamento e possível inadimplência, em sua maioria, por padecerem de vulnerabilidade além da normalmente agregada ao consumidor adimplente, não conseguem assimilar mais informações que possam lhe ajudar na inadimplência, além das que já lhe foram direcionadas:

Isto sugere que quase todos, ou todos esforços, *ex ante*, para fornecer mais informação aos consumidores sobre os riscos dos empréstimos em demasia, pouco evitarão o superendividamento do consumidor. A informação pode ajudar os consumidores somente se eles forem capazes para usá-la avaliando o risco de maneira precisa, evitando o risco 'demasiado'. Os estudiosos do comportamento demonstraram que as pessoas são frequentemente incapazes de ser beneficiadas por mais informações. Preconceitos e a heurística são mais poderosos do que as informações – é verdade que previsões inexatas de risco persistem mesmo na presença de estatísticas exatas sobre os riscos (CASADO, 2000, p.140)

Enfim, além da falta de apoio, da ausência de informações em algumas fases do estado de superendividamento e da inadimplência dos endividados, que os desencorajam a assumir empréstimos arriscados, eles também são alvos de situações comportamentais que os impulsionam a consumir.

### 3.1.2 Direito fundamental ao crédito

Diante das circunstâncias apresentadas no subitem anterior, a questão social do consumo e a representação do *status* que oferece o crédito ao consumidor – podendo, na maioria das vezes, suprir as necessidades básicas dos consumidores pobres, na imensa maioria das situações – tornaram-se qualidades intrínsecas e essenciais para a qualidade de vida do homem em sociedade.

Ora, se o indivíduo não possui crédito na praça, raramente a sua imagem, sua subsistência, o bem-estar de sua família estarão em posições de respeito ou até mesmo de dignidade. Sabendo-se que esta não depende em nada do crédito, mas com a certeza de que a sociedade capitalista somente permite que o consumidor tenha paz social se estiver aliado ao crédito e dependendo dele, é que se posiciona Gaulia:

O direito de crédito tem sido analisado sob várias perspectivas, sendo inclusive considerado um novo direito fundamental, pois sem dúvida ajuda os pobres 'a melhorar suas condições de vida, a desenvolver suas habilidades pessoais, reintegrar-se à sociedade e recuperar a dignidade humana' (GAULIA, 2009, p. 43).

A doutrina se posiciona de forma incisiva sobre o direito fundamental ao crédito e a sua ligação intrínseca com os direitos da personalidade, particularmente com o direito à honra, tema específico deste trabalho:

Hoje não se tem mais dúvidas, de que o crédito, com a feição que lhe foi dada pela sociedade moderna, passou a integrar o rol dos direitos constitucionais assegurados, pois sem dúvida, faz parte daqueles direitos intangíveis ligados à personalidade humana. Isso porque o crédito importa um ato de fé, de confiança daquele que dele livremente disporá (COVIZZI, 2003, p. 29).

Noutro norte, “não é possível portanto promover somente o direito ao crédito, mas é preciso ajustar a proteção legal aos novos conflitos decorrentes desse novo direito” (GAULIA, 2009, p. 52). Ainda, para Moura e Bessa:

[...] Crédito financeiro deve ser provido, ou estar ao alcance, de todos, pois: o crédito é essencial para todos integrantes da sociedade; os bancos não podem discriminar consumidores, permitindo real acesso ao crédito; e o crédito para consumidores e pequenos negócios deve ser supervisionado. (MOURA; BESSA, 2009, p. 157).

Além do mais, interditar o acesso do consumidor ao crédito consiste em grave ofensa à honra do consumidor, conforme preconiza Covizzi:

Dessa forma, a interdição do acesso ao crédito, por si só, já se constitui numa lesão ao patrimônio moral do indivíduo, porque o descrédito é sem dúvida uma grave ofensa à honra, e o cerceamento, uma violência a tolher a liberdade individual de contratar e de negociar [...] (COVIZZI, 2003, p. 30).

A jurisprudência já se posiciona a respeito do descrédito como forma de ofensa à honra do consumidor. É o que se vislumbra da sábia decisão do Ministro Cezar Peluso, relator do Acórdão n.º 198945-7, do Tribunal de Justiça de São Paulo:

O descrédito econômico, enquanto perda da confiança pública na capacidade de cumprir as obrigações negociais, é, sobretudo na sociedade capitalista pesada, ofensa à honra. Já o tinha visto o velho Demogue, quando aludia o *prejudice* moral (BRASIL, 1994).

O direito fundamental ao crédito se configura como um posicionamento novo na doutrina, o qual corrobora com a insistente aceitação de que o sobreendividamento é um fenômeno social que deve ser pontualmente regulado por legislação específica e que se manifesta como sendo a face oculta do abuso ao direito fundamental ao crédito.

### 3.1.3 Comportamentos econômicos do consumidor na aquisição do crédito

O comportamento dos consumidores pré e pós-adesão do crédito combinado ao próprio comportamento do mercado, em sua facilitação, são partes integrantes

que respondem pelo endividamento e conseqüentemente pela inadimplência consumerista, sendo analisados como *comportamentos econômicos*:

[...] Os comportamentos econômicos podem explicar algumas das razões pelas quais consumidores envolvem-se em problemas, apesar dos óbvios perigos ao fazer empréstimos e gastar além de suas possibilidades (KILBORN, 2006, p. 69).

Os comportamentos econômicos são situações comportamentais correlacionadas ao aspecto psicológico do consumidor e ora ao próprio mercado, as quais induzem o indivíduo a agir de certa forma determinada pelo meio social em que convive e pelas ofertas disponibilizadas pelo mercado, oferecendo-lhe uma comprometedora superconfiança em consumir sem moderação. Schmidt Neto (2009) leciona acerca do comportamento do consumidor diante da facilidade do crédito, uma realidade que atinge todos os consumidores, independentemente de sua formação:

O comportamento impulsivo atinge a todos os cidadãos, mesmo os consumidores mais letrados, com alta formação que, supõe-se, não tão facilmente ludibriáveis, mas ainda assim são pegos pelas armadilhas do marketing que cria necessidades e manipula as formas de demonstração de poder dos consumidores, levando-os a crer que serão admirados e considerados bem sucedidos, bonitos ou felizes se possuírem determinado produto. Exemplo desta publicidade está justamente nas instituições de fornecimento de crédito que captam clientes por meio da demonstração de confiança, personalismo e segurança e, por isso, geralmente veiculam informes publicitários com conteúdo emocional e não racional do comportamento do consumidor (SCHMIDT NETO, 2009, p. 23).

Os descontos exagerados fornecidos pelo mercado, agregados à limitada força de vontade do consumidor, podem gerar o endividamento e a inadimplência, no entendimento de Kilborn:

As revelações dos comportamentos econômicos não somente sugerem que os consumidores laboram sob uma variedade de poderosos preconceitos, mas que a libertação destes preconceitos é difícil, senão impossível. Condutas como a comprometedora superconfiança e o desconto exagerado persistem insistentemente, mesmo quando as pessoas são alertadas sobre tais forças discriminatórias e sobre as incisivas probabilidades de eventos adversos (KILBORN, 2006, p. 79).

Partindo novamente da premissa de que o Direito não pode tutelar o consumidor, sem a harmonização da ciência jurídica com outras ciências humanas,

mister se faz analisar, de forma sucinta, as teorias sobre o comportamento do consumidor e os fatores de influência no processo de compra.

Conforme Solomon:

O comportamento do consumidor é entendido como o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos, compram, usam ou dispõem de produto ou serviços, para satisfazerem necessidades e desejos (SOLOMON, 2002, p. 24).

A primeira teoria sobre o comportamento do consumidor é denominada de Teoria da Racionalidade Econômica, segundo a qual: “[...] O comportamento do consumidor obedece a um padrão egoísta e maximizador, cujas escolhas de consumo são pautadas por uma busca do maior benefício ao menor custo possível”. Em outro cenário, surge a Teoria Comportamental, que “ênfatiza o comportamento do consumidor e suas relações com o meio ambiente do indivíduo”. Já a Teoria Psicanalítica “chama a atenção não apenas para os motivos inconscientes da compra, mas também para o seu caráter expressivo, posto que os consumidores projetam seus desejos nos produtos ofertados” (PINHEIRO; CASTRO, 2008, p. 16-18).

As teorias sociais e antropológicas, por sua vez, definem o comportamento do consumidor como sendo:

[...] O consumo um processo cuja significação social está em proporcionar uma referência para a construção da identidade social dos indivíduos, posto que a posse dos produtos define a posição social do consumidor, tanto em relação aos seus pares quanto em relação à sociedade como um todo (PINHEIRO; CASTRO, 2008, p. 19).

Por essa teoria, entende-se o porquê dos consumidores acharem que vão *ser alguém* se obtiverem crédito e a insistência do mercado em pressioná-los de tal forma, atingindo seu comportamento.

Atualmente, no entanto, a teoria mais utilizada pelos pesquisadores é a Teoria Cognitivista, pela razão de que esta integra o produto, o consumidor e o ambiente, de acordo com o entendimento de que o consumo é um processo a ser percorrido na tomada de uma decisão (PINHEIRO; CASTRO; SILVA; NUNES, 2008).

Vencidas as teorias, oportuna é a explanação acerca dos fatores de influência no comportamento de compra do consumidor, de acordo com uma recente pesquisa

realizada pelo departamento de Marketing da Fundação Getúlio Vargas (PINHEIRO; CASTRO; SILVA; NUNES, 2008).

Os fatores iniciais que influenciam o comportamento do consumidor são os denominados psicológicos. São eles: a percepção do consumidor; a motivação; a aprendizagem e a memória; as atitudes; a personalidade; o autoconceito e o estilo de vida. Os outros fatores, identificados como também responsáveis pela influência no comportamento dos consumidores, são os chamados socioculturais, a saber: a influência de grupo, a família, a cultura e a classe social (PINHEIRO, CASTRO; SILVA; NUNES, 2008).

Diante do supracitado e da realidade vivida pela sociedade moderna quanto às questões de superendividamento dos consumidores, surge a indagação: a prevenção do endividamento e da inadimplência seria possível?

Muitos são os institutos que funcionam como instrumentos de prevenção da inadimplência e do superendividamento, quais sejam: as instituições governamentais de ajuda e informação aos consumidores, as legislações regulamentadoras da matéria, o orçamento familiar responsável, a dificuldade de obtenção de crédito no mercado e o próprio comportamento psicossocial do indivíduo.

Dentre esses, surge o instituto, que seria, para muitos doutrinadores, a forma mais eficaz de se obter medidas de prevenção e, quando necessário, de repressão tanto ao endividamento quanto da inadimplência: a legislação específica de regulamentação do crédito e combate ao superendividamento (PAISANT, 2006).

#### 3.1.4 Legislações regulamentadoras de crédito e de combate ao endividamento

Particularmente no Brasil, as leis deveriam funcionar como desestímulo ao sobre-endividamento, devido à dura realidade enfrentada por esse país com respeito a esse problema. Como se sabe, grande parcela da população brasileira se encontra em situação de endividamento e, muitas vezes, de inadimplência. É o que constata Pereira:

A delimitação do tema, todavia, exigirá que façamos ao leitor um alerta: as causas socioeconômicas geradoras de situações jurídicas que compõem o

domínio de aplicação das normas sobre o superendividamento são demasiadas vastas; os critérios de sua definição legal utilizados em determinados ordenamentos, casos generalizados, poderiam por exemplo, no Brasil, levar à provável constatação – não tão surpreendente – de que elevadíssima proporção da população encontra-se em situação de superendividamento (PEREIRA, 2006, p.160).

Nesse diapasão, surge a necessidade dos legisladores pátrios estudarem o problema, a fim de dar-lhe tratamento específico e eficaz, por meio de normas coercitivas que estimulem o crédito responsável e freie o superendividamento e, conseqüentemente, que reflita na diminuição da inadimplência.

Na doutrina brasileira, são crescentes as opiniões que versam sobre a necessidade do nascimento de leis específicas sobre o tema e que combatam o crédito irresponsável, como aponta Schmidt Neto (2009, p. 15): “A criação de uma tutela estatal ao superendividado é necessária face a crescente oferta de crédito irresponsável”.

Não resta dúvida de que o superendividamento, no Brasil, é um fenômeno da sociedade atual e merecedor de tutela e tratamento específicos, necessitando que o legislador detenha cautela quando da elaboração de normas especiais, tendo em vista “à necessidade de velar por que tal normatização não se transmute em benefício de uma classe privilegiada de consumidores” (PEREIRA, 2006, p. 187).

Corroborando com esse entendimento, Giancoli (2008, p. 46) disserta: “[...] O fenômeno do superendividamento é mais comum do que o do descontrole pessoal financeiro em face desse ambiente socioeconômico desfavorável”.

Para Carpena:

A discussão sobre a oportunidade de um novel diploma legislativo para tratar do superendividamento, que atenda às necessidades do consumidor de crédito brasileiro, se inicia com a verificação do panorama econômico e social no qual se inserem o fenômeno, passa pela avaliação dos instrumentos legais disponíveis e análise das soluções adotadas em outros ordenamentos e, finalmente, se completará com a elaboração de um modelo brasileiro de proteção ao consumidor superendividado, adequado a nossa realidade (CARPENA, 2007, p. 79).

Nesse sentido, relevante é a análise das legislações existentes no Brasil as quais regulamentam o crédito e que combatem – ou tentam combater – o superendividamento. Tomar-se-ão as legislações em âmbito internacional, como referência e ponto de partida desta análise.



### 3.1.4.1 A tutela legal internacional do crédito e do superendividamento: os modelos de combate ao endividamento e à inadimplência mundial

Há décadas, o problema do endividamento e da inadimplência dos consumidores foi percebido no âmbito dos países desenvolvidos, tais como os Estados Unidos e grande parcela das nações européias, e vem recebendo um tratamento legislativo (PEREIRA, 2006), elucidado da seguinte maneira por Schmidt Neto:

O tratamento do fenômeno, entre nós chamado de superendividamento, já vem sendo aprimorado no direito estrangeiro, ao reequilibrar o setor produtivo mediante a reinserção no mercado de um consumidor recuperado financeiramente (SCHMIDT NETO, 2009, p. 10).

Na França, o superendividamento não só é definido como também caracterizado na própria legislação: “O *Code de La consommation* indica que a situação de superendividamento é caracterizada pela impossibilidade manifesta para o devedor de *boa-fé* de fazer face ao conjunto de suas dívidas [...]” (COSTA, 2006, p. 232). Percebe-se que, na França, há regulamentação do crédito e do superendividamento de caráter administrativo.

Noutro norte, na Bélgica: “O tratamento do superendividamento assume uma carga eminentemente jurisdicional [...] não existe legislação que define especificamente o superendividamento” (GIANCOLI, 2008, p. 145).

Na Finlândia, a lei conceitua o insolvente e as causas que podem ensejar na inadimplência, entretanto regulamenta de forma positiva o inadimplemento do consumidor, mas não tutela especificamente o superendividado (GIANCOLI, 2008).

Nos Estados Unidos, o endividamento assume valores mais significativos, diante do contingente de consumidores e por ter sido o país pioneiro, no século XX, a oferecer crédito como uma mercadoria de consumo. Por essa razão, os Estados Unidos possuem lei que versa sobre o tema, apresentando um modelo legal para a solução do superendividamento.

Carpena (2007, p. 83) destaca que os Estados Unidos, paralelamente à França, apresentam modelos de combate ao superendividamento, ressaltando que, “na prática, contudo, os modelos tendem cada vez mais a misturar-se”. E completa:

O superendividamento como fenômeno social foi tratado pioneiramente pela Dinamarca, primeiro país europeu a instituir uma legislação, em 1984, seguida da França em 1989, com a Lei Neiertz. Além desses países, Alemanha, Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Áustria, Suécia, Noruega, Canadá (Quebéc) e Estados Unidos também possuem leis sobre o tema, apresentando diferentes soluções para o seu tratamento. Dois modelos porém, se destacam: o francês e o americano, que podem ser definidos como o da *fresh start* e o da *reeducação* (CARPENA, 2007, p. 83).

Cada um desses modelos pertence a uma ideologia própria; ao modelo americano, cabe a ideologia do individualismo, o qual, nas palavras de Carpena:

A solução do *fresh start* do direito norte americano condiz com o individualismo que caracteriza a sociedade daquele país e atende ao objetivo de preservar o consumidor como agente econômico fundamental para o funcionamento mercantil (CARPENA, 2007, p. 83).

A doutrina critica esse modelo americano, por existir a real probabilidade dos credores sofrerem prejuízos, em razão de ser facultada a concessão do perdão a devedores com relação a parte de seus débitos (BRANCO, 2008).

Noutro norte, o modelo aderido pela Europa: “[...] Espelha a idéia de solidariedade, no sentido de co-responsabilidade de todos os agentes sociais na proliferação do crédito” (CARPENA, 2007, p. 84).

Críticas também são observadas a respeito do modelo europeu continental, uma vez que, conforme esse modelo de combate ao superendividamento, o consumidor não arca sozinho com seus débitos, há co-responsabilidade de todos os envolvidos na proliferação do crédito. Ora, a maioria dos sobre-endividados não possui recursos suficientes para saldar as suas dívidas, mesmo que elas se tornem responsabilidade de mais de um agente, desta forma, todo o sistema de combate ao superendividamento ficaria, em tese, comprometido.

C. Marques aponta o direito de arrependimento, existente no CDC brasileiro, como uma das formas de prevenção utilizadas na Europa a qual deveria refletir no Brasil como instrumento eficaz do combate ao sobre-endividamento:

Entre as sanções possíveis na hipótese de descumprimento do art.52 do CDC, Claudia Lima Marques sugere o direito de arrependimento, que na experiência européia chega a assegurar até três meses de reflexão ao consumidor ou a perda dos juros (MARQUES, 2006, p. 36 *apud* CAVALLAZZI, 2006, p. 392-393).

Não é novidade que os países desenvolvidos economicamente, em sua maioria, também não o sejam no âmbito normativo de seu ordenamento, sendo dotados de leis eficazes e específicas de tutela jurídica. Por assim ser, percebe-se que a lei estrangeira refletiu e influenciou a elaboração de leis brasileiras no combate à inadimplência, ao endividamento e à regulamentação do crédito.

#### 3.1.4.2 As leis brasileiras de regulamentação do crédito e do superendividamento

Os problemas do endividamento, da inadimplência do consumidor e da regulação do crédito se configuram como preocupações do legislador brasileiro, devido à influência exercida pela preocupação internacional com respeito ao tema.

Entretanto, poucas leis brasileiras foram elaboradas e cumpriram com sua função normativa, de modo que muitos doutrinadores se posicionam no sentido de inexistirem leis específicas no ordenamento jurídico pátrio. É o que aponta Pereira:

O legislador brasileiro ainda não interveio mediante elaboração de legislação específica de regulação global do crédito ao consumidor que dê resposta à chamada “onda do crédito”. O Código de Defesa do Consumidor, no entanto, introduziu a partir de 1990 várias inovações, semelhantes em sua finalidade àquelas adotadas pelo legislador europeu, cujas normas indubitavelmente se aplicam ao fornecimento de crédito. Definiu-se ali a política nacional das relações de consumo, visando a proteger os interesses econômicos dos consumidores, a promover a almejada transparência das transações, mediante a boa-fé e o equilíbrio nas relações entre fornecedores e consumidores (PEREIRA, 2006, p. 168).

Schmidt Neto (2009, p. 10) defende a importância da regulamentação do tema: “No Brasil o debate ainda restringe-se ao âmbito doutrinário. O mais importante, que seria a regulamentação do tema por lei que estabeleça um sistema de tratamento do superendividado, não tem merecida a atenção dos legisladores”.

O CDC é um instrumento valioso na regulação do crédito, não resta dúvida, todavia ele não tutela de forma específica e especial o problema, que é regulamentado por analogia e de forma genérica, pelo diploma consumerista. É o que se percebe quando se analisa a doutrina:

O Código de Defesa do Consumidor brasileiro (Lei 8.078, de 11.09.1990) seguiu um caminho diferente, pois não dedica dispositivo especial ao

conceito de crédito ao consumo, mas inclui as atividades de natureza bancária, financeira ou de crédito dentro do conceito de 'serviço comum', conforme disposto no art.3º, § 2º (PEREIRA, 2006, p. 195).

Cezar (2007) corrobora com esse entendimento da aplicação do CDC, em razão da não existência de legislação específica regulamentadora do crédito e do superendividamento, conforme se observa adiante:

Como não há, no Brasil, uma lei especial para cuidar das situações de superendividamento, aplica-se o Código de Defesa do Consumidor, enquanto norma geral e principiológica das relações de consumo. Esta aplicação, embora bastante eficiente no tocante à formação do contrato de concessão de crédito, não é suficiente para tratar de forma adequada as situações em que se constata que o consumidor já está superendividado (CEZAR, 2007, p. 159).

Mister se faz observar, ainda com respeito à regulação do crédito no âmbito da lei consumerista, que o artigo 3º, § 2º do CDC submete as instituições de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária à aplicação da lei pontual em suas regulamentações. Assim, o consumidor de crédito que for lesado deve se valer da Lei 8.078/90, especificamente, e não do Código Civil, tendo em vista que a Lei preconiza esse tipo de relação como sendo de consumo.

Entretanto, importante é recordar que tal dispositivo permanece vigente no corpo legal consumerista por força do julgamento da ADIn 2.591-1, ajuizada pela Confederação Nacional do Sistema Financeiro (CONSIF) e julgada pelo Supremo Tribunal Federal. A CONSIF pleiteava a inconstitucionalidade da expressão "inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária" utilizada pelo CDC submetendo-o à sua tutela.

C. Marques ressalta a tamanha importância dessa decisão para a proteção do consumidor:

A beleza e sabedoria desta decisão do STF a favor da aplicação (e considerando totalmente constitucional a previsão impugnada do Código de Defesa do Consumidor), para todas as operações bancárias e serviços bancários perante um consumidor, devem ser destacadas e saudadas como uma das primeiras e mais importantes manifestações do STF em matéria de direito privado (MARQUES, C., 2006, p. 391).

Não restam dúvidas de que há emergência na elaboração de legislação pontual que regule o crédito e o superendividamento brasileiro. Entretanto, torna-se importante ressaltar que necessário é – no campo do endividamento – para a

elaboração de uma lei específica sobre o superendividamento do consumidor, analisar duas questões: a primeira de ordem subjetiva, a segunda de conteúdo objetivo.

A primeira questão trata da possibilidade da lei ser dirigida a todos os devedores, ou só aos consumidores, aqueles definidos pelo CDC. A tutela da pessoa jurídica como endividada seria outra seara a ser regulada. A questão do superendividado ativo, ou seja, “aquele que agiu com a intenção deliberada de não pagar” (CARPENA, 2007, p. 85) também estaria protegida por lei. Além disso, a boa-fé do consumidor na aquisição do crédito, entre outros aspectos subjetivos, igualmente seriam objetos de análise, na elaboração legislativa nacional (CARPENA, 2007).

No que diz respeito à segunda questão, de caráter objetivo, a análise englobaria a discussão sobre se as dívidas vencidas, ou somente aquelas a vencer seriam alvo da tutela legal, isto é: “[...] Se estaria caracterizado o superendividamento apenas quando houvesse inadimplência propriamente dita” (CARPENA, 2007, p. 85).

Uma vez reconhecendo o superendividamento como um problema não somente jurídico, mas também social, o Estado passa a ter obrigatoriedade em regular o fenômeno. Isso ocorre não somente por meio de elaboração de leis, mas via políticas públicas de repressão ao abuso da concessão do crédito e à conscientização da sua face negativa, que é o sobre-endividamento.

Na doutrina, é unânime a preocupação com a elaboração de lei específica do tema, conforme demonstra Cezar:

O tratamento jurídico do consumidor que já se encontra sobre-endividado, para que seja realmente adequado, demanda do legislador brasileiro a elaboração de uma norma própria, a exemplo do que ocorre em outros países (CEZAR, 2007, p. 157).

É também o posicionamento de Schmidt Neto (2009, p. 16): “No Brasil, ante a ausência de legislação específica, a doutrina tem apontado alguns requisitos com base na lógica e no direito comparado”.

Uma interessante curiosidade levantada pelo autor supracitado e corroborada pela Doutrina é a de que, nos países onde a desigualdade social é menor, já há décadas existem leis que tratam especificamente do sobre-endividamento. No

entanto, países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, como o Brasil, não possuem legislação especial sobre o tema (MOURA; BESSA, 2008, p. 150).

A fundamentação utilizada por parte da doutrina, na defesa da elaboração de norma específica de regulação do superendividamento, baseia-se no fato de que, no Brasil, a recuperação da pessoa jurídica é eficaz e apresenta meios legais para se concretizar e, nesse aspecto, a pessoa física fica à mercê da proteção estatal:

[...] De acordo com a legislação atual, as empresas possuem um meio de recuperar-se, o poder público concede anistias de multas de impostos e de dívidas para diversos setores e chega até mesmo a injetar dinheiro em algumas companhias, como nos bancos, ao que se viu na crise econômica de 2008, mas para a pessoa física resta somente entregar todo o patrimônio penhorável aos credores (SCHMIDT NETO, 2009, p. 13).

Entretanto, existem, no ordenamento jurídico brasileiro, quatro legislações que manifestaram a preocupação com o superendividamento e com a regulação do crédito, mesmo que de forma incipiente. As duas primeiras leis datam de 1989 e de 1995: “A Lei de 1989 foi votada por iniciativa da Secretaria de Estado do Consumo da época, Sra. Neiertz” (PAISANT, 2006, p. 131); em 08 de fevereiro de 1995, surgiu a Lei “que suprimia a dualidade de regramento amigável – reestruturação judiciária civil e destacava as comissões departamentais [...]” (PAISANT, 2006, p. 131).

Mas, a primeira Lei que levou realmente em conta a peculiar situação de inadimplência foi elaborada em 29 de julho de 1998 e encontrou a sua origem em um projeto de lei relativo à exclusão social, emanado do Ministério do Trabalho. A Lei mais recente, no âmbito do endividamento e da regulação de créditos, é a de número 1º, de agosto de 2003, dotada de peculiar curiosidade. Essa lei provém do Ministério da Cidade e da Renovação Urbana e trata das cidades e de suas renovações urbanas. Pela interpretação restritiva, a Lei trataria somente do superendividamento urbano, excluindo o existente nas zonas rurais, entretanto não é isso que ocorre, por força do princípio constitucional da isonomia formal, que a permite englobar, também, o endividamento rural.

Ainda, Carpena alerta para a eminente necessidade de tratar o superendividamento como um fato social e econômico e se posiciona sobre a elaboração de leis nacionais específicas sobre o tema:

Embora, como visto, *de lege data*, o ordenamento jurídico brasileiro ofereça instrumentos para lidar com o superendividamento, e graças à criatividade

dos operadores do direito, já tenham sido alcançados alguns resultados para o problema, não há propriamente um tratamento para o superendividamento no Brasil. Seja consentido repetir que a falta de uma norma específica disciplinando o assunto conduz à análise pontual, desconhecendo o problema como uma questão social (CARPENA, 2007, p. 85).

Enfim, diante do explicitado, observa-se que há muito a se fazer com relação à regulação específica e eficaz da regulação do crédito e do combate ao superendividamento. A doutrina pátria não exclui essa necessidade atual da legislação brasileira e se posiciona de forma majoritária:

No Brasil, há quase uma década a doutrina aponta a necessidade de se adotarem normas específicas de regulação da matéria. O impacto monetário e financeiro da difusão desmesurada do crédito, tais o risco de inflação, a repercussão sobre o nível salarial e a taxa de desemprego, além dos custos sociais que representam, são provas da necessidade de intervenção normativa em tal questão (PEREIRA, 2006, p. 179).

Importante ressaltar que, diante da abordagem, no capítulo anterior, do estudo do Direito do Consumidor como sendo uma das formas de intervenção do Estado no domínio econômico, e, sendo esse ramo do Direito harmônico e intrínseco ao Direito Econômico, restam expor as oportunas palavras de Cezar:

A melhor doutrina brasileira, inspirada na legislação alienígena, preconiza, então, a elaboração de uma lei específica, que implante, no Brasil, um regime especial para o superendividamento. Através de um procedimento com a intervenção do Estado, haveria a tentativa de conciliação entre o consumidor endividado excessivamente e seus credores, com a fixação de um plano de pagamento das dívidas, semelhante ao modelo francês das comissões de superendividamento (CEZAR, 2007, p. 159-160).

Levando em consideração a atual conjuntura legislativa do crédito e do endividamento no Brasil, importa opinar que a conciliação e a mediação são instrumentos eficazes e capazes de garantir o acesso à Justiça pelo consumidor endividado, na busca de resolver seus conflitos ou, ao menos, os problemas oriundos do superendividamento (BERTONCELLO; LIMA, 2009).

Espera-se que o sobre-endividamento (na maioria das vezes, causa geradora da inadimplência do consumidor frente a seus credores) e a regulação do crédito, que, como visto, é extremamente facilitado e se torna um instrumento de falsa ascensão social e econômica no Brasil, sejam alvos de tutela específica por parte da

legislação brasileira, por força do seu caráter de urgência e relevância para o bem-estar da população nacional (CASADO, 2000).

### 3.1.5 A face negativa do crédito: o fenômeno social do superendividamento

Conforme analisado anteriormente, “o superendividamento é, portanto, um fato, e um fato social e de política econômica e monetária” (LOPES, 1996, p. 62). O endividamento é, pois, visto como o aspecto negativo da concessão do crédito, todavia, antes de analisar essa face sombria do fenômeno creditício, mister se faz responder uma pergunta intrigante: há aspectos positivos no endividamento do consumidor de crédito?

A resposta é iminente e unânime na doutrina: sim, existem aspectos positivos quando o consumidor assume dívidas perante o fornecedor de crédito, conforme preconiza Giancoli:

Todavia, é fácil notar que o aspecto onomasiológico do superendividamento não é um problema em si mesmo. Isso é assim porque, como alertou Maria Manuel Leitão Marques, ‘se ele ocorrer em um contexto de crescimento econômico, de estabilidade do emprego e, sobretudo, se não atingir camadas sociais com rendimentos próximos do limiar de pobreza, é apenas um processo de antecipação de rendimentos, contribuindo para o aumento de bem estar das famílias (GIANCOLI, 2008, p. 121).

Importante se faz, portanto, uma sucinta análise da face positiva do crédito.

Quando um consumidor, diante de suas reservas financeiras, não consegue atingir o valor econômico necessário para adquirir bens ou serviços de melhoria para si próprio e de sua família, recorre, principalmente, ao fornecedor de crédito. Diante de tais circunstâncias e aliado à facilidade da concessão creditícia no mercado, o consumidor compra o crédito e passa a assumir uma posição de endividado perante o fornecedor, na sua maioria, bancos e instituições financeiras.

O consumidor referido acima se configura, via de regra, como o que a doutrina consumerista chama de *consumidor passivo*, ou seja, aquele que age com a intenção deliberada de pagar e saldar a sua dívida no decorrer do tempo do empréstimo.



Noutro norte, o Direito se depara comumente com o consumidor que age de má-fé, aquele conceituado como *consumidor superendividado ativo*, que adquire crédito com a má intenção de não pagar, tornar-se inadimplente e prejudicar o fornecedor. É a típica conjuntura de má-fé do consumidor. Essa situação é reprimida pelo Direito e será analisada quando do estudo específico do consumidor inadimplente.

Nesse sentido, pode-se afirmar que o consumidor de boa-fé que se torna endividado de forma consciente faz parte do cenário considerado como a face positiva do crédito. É o que defende Gaulia:

Quando contratado em situação de estabilidade financeira e laboral, o crédito permite melhorar a acessibilidade a determinados bens e serviços, contribuindo para o aumento do bem-estar dos indivíduos e de toda a sua família (GAULIA, 2009, p. 43).

A estabilidade financeira do indivíduo e a estabilidade do mercado contribuem positivamente para o endividamento do consumidor, que age com o intuito de proporcionar melhoria de vida para si e, conseqüentemente, para os seus.

Todavia, para que o reflexo positivo do crédito atinja o maior número de consumidores possível, é imprescindível que o Estado, intervindo no domínio econômico e lançando mão de suas políticas públicas, assuma sua função constitucional de proteção ao consumidor. Para isso, o Estado o conscientiza sobre o consumo responsável e propicia o crescimento da perspectiva de emprego, como bem enfoca Giancoli:

Com esse resultado, o crédito ao consumo pode ter um efeito positivo incomum, qual seja: o de tornar os seus utilizadores mais rigorosos, mais disciplinados na gestão de suas finanças e mais comedidos no seu consumo. Contudo, para que esse efeito positivo ocorra, o Estado cujos membros vivem de crédito precisa de crescimento e principalmente de perspectiva de emprego (GIANCOLI, 2008, p. 54).

Sendo assim, é certo que a aquisição do crédito possui, indiscutivelmente, reflexos positivos para o consumidor, entretanto, quando o endividamento passa a ser a consequência do abuso ao direito de adquirir crédito, gerando o superendividamento do consumidor, o crédito apresenta um aspecto sombrio digno de discussões.

De acordo com Giancoli:

Do ponto de vista sócioeconômico o crédito foi, é e será a mola propulsora do desenvolvimento econômico, ou seja, um instrumento de transformação de grande amplitude, capaz de modificar a sociedade como um todo (GIANCOLI, 2008, p. 14).

Pelo fato de o crédito ser o instrumento do desenvolvimento econômico no mercado de consumo, deve ser utilizado de forma ponderada, agregado à proporcionalidade das necessidades do cidadão. Porém, quando o crédito produz superendividamento do consumidor, Giancoli ressalta:

[...] O fenômeno creditício possui uma faceta sombria. É o endividamento o resultado patológico do crédito. [...] o endividamento torna-se o chamado superendividamento, fato comum a partir do século XII (GIANCOLI, 2008, p. 14).

Enfim, percebe-se que o crédito ora é responsável pela melhoria da qualidade de vida do indivíduo, ora é instrumento de empobrecimento e prejuízos para todos os agentes sociais envolvidos no sistema, desde o credor até o devedor.

Nesse diapasão, os efeitos do crédito se alternam ao longo da história, tanto do ponto de vista positivo quanto do negativo: “Ou seja, se num dado momento histórico o crédito funciona como agente catalisante, certamente ele provocará, em seguida, o efeito contrário” (GIANCOLI, 2008, p. 14).

Fundado no acima exposto, preconizando o aspecto negativo do crédito como instrumento de prejuízo para o consumidor e seu credor, importante se faz a análise do fenômeno do superendividamento, ressaltando suas características, princípios, conceitos e efeitos no mercado de consumo nacional e internacional.

### 3.2 Consumidor endividado: o fenômeno social, econômico e jurídico do superendividamento e seus aspectos atuais

Como demonstrado, o superendividamento é tido, pela doutrina pátria e também pela doutrina alienígena, como um fenômeno social, econômico e jurídico que afeta consumidores das diversas partes do mundo e do Brasil:

Esse é um grave problema social que se encontra na ordem do dia nos países que vêm na proteção aos consumidores um imperativo para alcançar uma sociedade de consumo justa e equilibrada (CEZAR, 2007, p. 133).

O uso corrente da palavra superendividamento “traz a percepção de um estado de passividade obrigacional [...] Superendividado é aquele que possui muitas dívidas”, compondo o pólo passivo de inúmeras prestações, podendo ou não vir a inadimpli-las (GIANCOLI, 2008, p. 120).

Nesse contexto, emana do Estado a responsabilidade iminente de tutelar tal fenômeno, constituindo meios jurídicos e eficazes de prevenir e, ora, reprimir, as causas e conseqüências do superendividamento do consumidor. Nas palavras de Cezar:

A teoria jurídica do superendividamento busca prevenir ou, não sendo mais possível, remediar a ruína econômica e a conseqüente exclusão social do consumidor que se endivida demasiadamente, tornando-se incapaz de pagar suas dívidas, tendo por base o momento do débito em face de sua renda e patrimônio pessoais (CEZAR, 2007, p. 156).

Tendo em vista que esse fenômeno é social, econômico, jurídico e atinge um grande número de indivíduos, acarretando-lhes prejuízos e abrangendo tanto seus credores como o próprio Estado e, de forma genérica, a sociedade, o Direito não pode nem deve tratá-lo como pertencente somente ao campo da moral. Trata-se de uma situação social, que “embora ainda desindexada de texto legal, deve ser encarada como conflito consumerista, a ser solucionado com justiça e equidade quando judicializado” (GAULIA, 2009, p. 49-50).

Giancoli (2008) também compreende que superendividamento se configura como um fenômeno socioeconômico e merecedor de tutela jurídica, frente aos prejuízos que ocasiona para a sociedade e para seus agentes envolvidos:

Resumidamente, a natureza jurídica do superendividamento do consumidor, ou seja, a essência da proteção jurídica desse status, decorre da necessidade de cooperação social dos agentes da ordem econômica, para garantir a manutenção digna da capacidade de crédito do consumidor, crédito este visto como um instrumento de acesso aos bens para sua sobrevivência social mínima. Noutras palavras, o superendividamento é um standard jurídico que permite a correção da assimetria de uma ou diversas relações jurídicas contraídas pelo consumidor, em razão da existência de um conjunto de dívidas estruturais ajustadas de boa-fé, capazes de ameaçar ou lesionar sua dignidade pessoal (GIANCOLI, 2008, p. 123).

Assim, importa analisar qual o conceito de consumidor superendividado, suas características, os aspectos sociais, econômicos e jurídicos que configuram a conjuntura atual do endividado na relação de consumo, os princípios que regem tal fenômeno e, sobretudo, a proteção jurídica auferida a essa categoria de consumidor que se encontra em estado de endividamento e ora de inadimplência.

### 3.2.1 Conceito, classificação e requisitos do consumidor superendividado

O conceito de consumidor fora tratado no capítulo I deste trabalho. Assim, conhecidas as particularidades deste novo sujeito social, fruto da massificação do mercado, importante é conceituá-lo quando se encontra na situação pontual do endividamento.

A Prof<sup>a</sup>. C. Marques (2000, p. 170) conceitua o superendividamento como “[...] a impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o fisco, oriundas de delitos e de alimentos)”. M. Marques (2000, p. 235), por sua vez, ensina que o superendividado se caracteriza “[...] pela impossibilidade manifesta de o devedor de boa-fé fazer face ao conjunto das suas dívidas não profissionais vencidas ou vincendas”.

Apesar do assunto ainda não ser tutelado por legislação específica, a doutrina existente sobre o tema possui definições semelhantes do consumidor endividado, preconizando os mesmos requisitos necessários para a sua caracterização. É o que se percebe a partir do conceito de Cezar:

Todavia, ainda há muito a ser feito quanto a essa disciplina jurídica em nosso país. Em especial no que se refere à situação do superendividamento, que é definido, em linhas gerais, como a impossibilidade do consumidor pessoa física, leigo e de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas atuais e futuras de consumo (CEZAR, 2007, p. 133).

O endividamento excessivo é o que culmina no superendividamento do consumidor e, para assim ser considerado, a doutrina apresenta, de forma unânime, os requisitos necessários, quais sejam: ser pessoa física, leigo, agir de boa-fé e se

encontrar impossibilitado de pagar suas dívidas não profissionais vencidas ou vincendas.

Importante frisar que alguns doutrinadores, além de considerarem o consumidor sobre-endividado como sendo o detentor de todas as características acima expostas, “consideram ainda como sobre-endividado as situações em que o devedor, apesar de continuar a cumprir os seus compromissos financeiros, o faz com sérias dificuldades” (SCHMIDT NETO, 2009, p. 13). Nesse diapasão, o consumidor superendividado é aquele que se encontra excessivamente endividado, impossibilitado de pagar suas dívidas, e ora também aquele que consegue quitá-las, mas com sérias dificuldades.

O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, em posicionamento inovador, posicionou-se sobre o endividamento excessivo do consumidor, a partir da conceituação do consumidor superendividado e das causas e conseqüências do fenômeno do sobre-endividamento:

Agravo inominado. Consumidor. Contratos bancários. Mútuo. Superendividamento. Ação cautelar. Alegação do devedor de que, por dificuldades financeiras, não está conseguindo pagar prestações oriundas de diversos contratos de mútuo que, segundo a inicial, estão contaminados por cláusulas leoninas e ensejam cobrança de juros capitalizados. Absoluta ausência de provas que revelem aroma de bom direito por parte do devedor, e menos ainda, da quase certeza do direito por ela invocado. Medida cautelar que, apesar de seu cunho satisfativo, foi deferida liminarmente, determinando que o Banco se abstenha de dar cumprimento á cláusula contratual que permite débito em conta corrente. Inadmissibilidade. É crescente a preocupação da Doutrina e da Jurisprudência com as causas e os efeitos do superendividamento, tendo sido reconhecida, como ilícita, a conduta abusiva e irresponsável de algumas instituições financeiras que – se valendo da ingenuidade de gente humilde, especialmente, aposentados – com base em maciça campanha publicitária oferecem crédito fácil a quem não pode pagar, sem grave prejuízo do seu sustento. O abuso do direito de oferecer empréstimos, sem uma cuidadosa e responsável análise da capacidade do endividamento do tomador, viola o princípio da boa-fé objetiva e não pode contar com o beneplácio do Judiciário [...] (BRASIL, 2006).

Schmidt Neto (2009, p. 13) leciona que não há como “definir o valor mínimo do débito a partir do qual se pode considerar o devedor como superendividado”, apesar de toda conceituação já existente acerca do consumidor sobre-endividado. Não há como mensurar se o indivíduo se tornou ou se tornará sobre-endividado, com base no montante que ele possui de dívidas, pois, na realidade:

Essa aferição se dá mediante uma comparação entre o ativo e o passivo do indivíduo e sua família, atentando para as particularidades do caso, como as necessidades básicas daquele. [...] Também não há um perfil definido do superendividado, Todos os sexos, profissões, raças e religiões estão sujeitas a sofrer desse mal (SCHMIDT NETO, 2009, p. 13).

Nesse contexto, percebe-se que a realidade consumerista detém inúmeros consumidores nessa conjuntura, é o que revelam as pesquisas científicas realizadas no Brasil e utilizadas no corpo deste trabalho. Entretanto, essas pesquisas buscam definir as características capitais do sobre-endividado, mas é certo que não se pode, a partir do perfil gerado por elas, construir um conceito de *consumidor endividado*.

A doutrina, diferentemente das pesquisas, conceitua o consumidor endividado e o classifica como sendo ativo e passivo. Oportuna é a análise dessa classificação.

### 3.2.1.1 Classificação do consumidor sobre-endividado

Conforme leciona a Prof<sup>a</sup>. M. Marques, dois são os tipos de superendividado: o ativo e o passivo, assim definidos:

O primeiro deles é aquele consumidor que se endivida voluntariamente, ludibriado pelas estratégias de marketing das empresas fornecedoras de crédito. O segundo é aquele que se endivida em decorrência de fatores externos chamados de 'acidentes da vida', tais como desemprego; divórcio; nascimento; doença ou morte na família, necessidade de empréstimo suplementar [...] (MARQUES, M., 2000, p. 244).

Ou seja, o passivo é aquele que se endivida por força de circunstâncias consideradas de caso fortuito e força maior, conforme a lei civil. Assim, aqueles que se tornam superendividados passivos são, na maioria das vezes, consumidores de necessidades básicas ou emergenciais.

O consumidor superendividado ativo é aquele que se endivida voluntariamente, em razão de contrair mais dívidas do que pode pagar, ou, no ditado popular, "aquele que gasta mais do que ganha", muitas vezes por força do mau gerenciamento de seu orçamento familiar. A doutrina subdivide esta categoria em duas espécies: superendividado ativo consciente e o inconsciente.

Conforme Schmidt Neto:

O consciente é aquele que de má-fé contrai dívidas convicto de que não poderá honrá-las, visando ludibriar o credor e deixar de cumprir sua prestação sabendo que o outro contratante não terá como executá-lo. Isto é, a intenção do devedor, desde a contratação já era de não pagar. Age com reserva mental (SCHMIDT NETO, 2009, p. 21).

Assim, o superendividado ativo consciente é aquele que assume dívidas voluntariamente, mas, desde o início, age de má-fé, com o *animus* de prejudicar o credor e não saldar a sua dívida.

Situação peculiar é encontrada quando da análise do superendividado ativo consciente no que diz respeito à boa-fé. Como visto anteriormente, um dos requisitos do conceito do *consumidor endividado* é sua boa-fé na aquisição do crédito. Sendo assim, o superendividado ativo consciente não se enquadraria no conceito doutrinário de *sobre-endividado* e não gozaria de apoio para fins de tutela legal:

Este superendividado não recebe o apoio estatal para recuperar-se. Se for considerado que os pressupostos não são apenas para proteção mas sim para a própria condição de 'superendividado', pode-se dizer que este nem mesmo se enquadraria no conceito, pois ausente o requisito da boa-fé (SCHMIDT NETO, 2009, p. 21).

Ora, ao Estado é defeso confrontar o Direito, assim não poderia o Estado valer-se da má-fé do indivíduo para protegê-lo e até intervir no contexto econômico para resguardá-lo, se o consumidor é considerado superendividado ativo consciente e age de má-fé desde o nascimento do contrato de aquisição do crédito. Descartado estaria esse consumidor do apoio estatal na sua recuperação, pois não seria considerado consumidor superendividado pelo Direito.

Noutro norte, o consumidor é sujeito de direito quando se tutela sua dignidade e, pontualmente, sua imagem – objeto específico deste estudo – pois, nessa dimensão jurídica, não se protege apenas o consumidor endividado, mas, sim, a pessoa humana que se reveste do manto do consumo e possui garantias e direitos.

A outra espécie preconizada pela doutrina é a do superendividado ativo inconsciente, ou seja, como consumidor ativo que é, endivida-se voluntariamente, mas, de forma diversa do consciente, age de forma impulsiva, por força tanto da publicidade exagerada do crédito, ora abusiva, como também pela falta de gerenciamento de suas finanças.

### No ensinamento de Schmidt Neto:

Por outro lado o superendividado ativo inconsciente é aquele que agiu impulsivamente e que de maneira imprevidente deixou de fiscalizar seus gastos. É o consumidor imprevidente que embora não tenha sido acometido por nenhum fato superveniente, terminou por superendividar-se por pura inconseqüência e não com dolo de lograr, enganar. Também é o caso do chamado 'pródigo'. Neste caso o fenômeno do superendividamento se dá em função de que a sociedade moderna de consumo induz as aquisições supérfluas e desnecessárias, pelo simples impulso da compra. Isto é, o devedor superestima o seu rendimento por incapacidade de administrar seu orçamento ou por ceder as tentações do consumo e da publicidade, na busca por um padrão de vida mais elevado, que ele próprio (psicológica e socialmente) se impõe. O crédito extremamente facilitado agrava esta situação, na medida em que gera um endividamento crônico (SCHMIDT NETO, 2009, p. 21-22).

A doutrina faz tal distinção entre os consumidores endividados com o intuito de melhor adequá-los quando da proteção legal específica, excluindo o endividado ativo consciente da recuperação por parte do Estado. Entretanto, percebe-se que, na esfera da defesa da dignidade humana, não há exclusão de nenhuma espécie de consumidor endividado, sendo todos, portanto, alvos da defesa dos direitos e garantias do consumidor enquanto seres humanos.

O consumidor endividado passivo, como visto anteriormente, é aquele que, por forças externas, endivida-se, na grande maioria das vezes, em razão de necessidades básicas que lhes faltam ou que faltam aos seus. A respeito desse consumidor, López ensina:

El sobreendividamiento pasivo se refiere a individuos que no gozan de bastantes recursos para satisfacer sus necesidades mínimas de consumo, frente a los sobreendividados activos que han abusado del crédito (LÓPEZ, 2009, p. 150).

### Corroborando com a opinião do autor estrangeiro, disserta Cezar:

O superendividado passivo, é um consumidor que 'não contribui ativamente para o aparecimento desta crise de solvabilidade e de liquidez', estando sua redução brutal de recursos ligada às áleas da vida (CEZAR, 2007, p. 137).

Importante frisar que pesquisas recentes concluíram que a espécie mais frequente de superendividamento passivo é a ocasionada por mudanças bruscas de rendimento (SCHMIDT NETO, 2009). Assim, percebe-se que grande parte dos consumidores superendividados encontra-se em estado de extrema necessidade,



contratando e adquirindo o crédito por não ter outra opção. Tais consumidores optam pela preocupação com as dívidas, ao invés de se importarem com a ausência do crédito, conseqüentemente, falta-lhes o básico à sobrevivência.

Enfim, a doutrina faz a distinção dos consumidores superendividados, pelas razões de obtenção do crédito, contudo, “em ambas as situações, exige-se do fornecedor de crédito o dever de não atuar abusivamente. Ou seja, quem oferece o crédito deve fazê-lo sempre de maneira responsável [...]” (CEZAR, 2007, p. 138).

No entanto, conforme expõe Schmidt Neto (2009, p. 25): “Muitos vendedores de lojas, ao identificar um comprador compulsivo, aproveitam-se da falta de controle para incitar à venda”. Trata-se de uma conduta de abusividade por parte dos fornecedores de crédito diante da vulnerabilidade e, ora, hipossuficiência do consumidor creditício (SCHMIDT NETO, 2009).

Diante da conceituação do consumidor endividado e sua classificação, resta cristalino que os requisitos necessários para sua caracterização são: ser pessoa física, agir de boa-fé, não ser endividado por conseqüências de dívidas profissionais e possuir dívidas vencidas ou vincendas.

Enfim, parte da doutrina também caracteriza o consumidor superendividado como aquele que não deve, mas que paga suas dívidas com séria dificuldade. Entretanto, sabe-se que esse conceito e sua classificação, bem como seus requisitos, são necessários para a atuação do Estado na recuperação do endividado e estão fundados em uma possível lei específica, não importando tais conjunturas, se for tutelada a dignidade humana do consumidor que, independente de ser ativo ou passivo, agir de má-fé ou não, é ser humano e detentor de garantias e direitos fundamentais inatos ao homem e sobrepostos a qualquer outro direito patrimonial. Esse aspecto será analisado profundamente no capítulo destinado à proteção da imagem do consumidor endividado.

### 3.2.2 Princípios informadores do superendividamento

A aplicação do Direito não se faz a partir da leitura das leis estratificadas nos códigos ou em diplomas esparsos. Em se tratando do fenômeno do

superendividamento, a utilização de seus princípios informadores se faz essencial para o processo de sua tutela e regulamentação, uma vez que, como já visto, não há, no ordenamento jurídico brasileiro, leis específicas que tratam do endividamento do consumidor.

Sendo assim, a boa aplicação do direito do consumidor há de levar em conta o conceito de princípios e regras e seu relacionamento no contexto da ordem jurídica.

Quanto aos princípios, sua natureza deriva, segundo a doutrina, de seu caráter de generalidade, dominando as regras particulares e, sobretudo, sendo fontes inspiradoras na regulamentação do sobre-endividamento do consumidor brasileiro. Como leciona Silva (2004, p. 92), os princípios “são ordenações que se irradiam os sistemas de normas” e é importante ressaltar que “entre outras funções os princípios servem como um expediente hermenéutico, ou seja, uma diretriz metodológica da interpretação do sistema das culturas jurídicas pós-modernas” (GIANCOLI, 2008, p. 89).

Sendo o direito do consumidor um direito novo, eficaz e protecionista na tutela do consumidor, vale-se dos princípios informadores do Direito, quer sejam eles tradicionais ou específicos da matéria. Por não possuir legislação específica regulamentadora do fenômeno do superendividamento no Brasil, a proteção ao consumidor endividado necessita da harmonia e cooperação das fontes do Direito, sobretudo dos princípios, dos quais emanam diretrizes especiais na prevenção e repressão do sobre-endividamento. Assim, mister se faz a análise dos princípios informadores do superendividamento, para, posteriormente, caracterizá-lo sob a ótica jurídica.

### 3.2.2.1 Princípio da boa-fé objetiva

Conforme o posicionamento da doutrina, são três os princípios específicos e informadores do sobre-endividamento: princípio da boa-fé objetiva; princípio da dignidade da pessoa humana; princípio da cooperação.

Para Tepedino:

Somente é possível extrair da cláusula geral da boa-fé um conteúdo normativo próprio, que lhe dê efetividade, por meio de sua associação aos valores máximos do ordenamento. Com efeito, a leitura da cláusula geral da boa-fé objetiva a partir dos princípios constitucionais informadores da atividade econômica privada permite desvendar o verdadeiro sentido transformador do preceito na teoria da interpretação do negócio jurídico (TEPEDINO, 2007, p. 90).

O princípio da boa-fé objetiva surge especificamente no CDC, em dois momentos distintos: no capítulo da Política Nacional das Relações de Consumo (art. 4º, III); no texto referente às cláusulas abusivas (art. 51, IV). No primeiro momento, a boa-fé objetiva é recepcionada como princípio geral das relações de consumo, no segundo, apresenta-se como cláusula geral para as relações de consumo (GIANCOLI, 2008).

Como princípio informador do superendividamento, a boa-fé representa requisito essencial na própria caracterização do consumidor como endividado, sendo imprescindível que este adquira o crédito fundado na boa-fé. Caso contrário, a má-fé do consumidor é excludente da responsabilidade do Estado na recuperação do consumidor (é o que preconiza a doutrina quando da defesa de elaboração legal específica da proteção ao sobre-endividado). É o que se percebe do ensinamento de Giancoli:

Especificamente ao tratar do superendividamento a boa-fé ganha uma coloração própria, dada a própria caracterização do instituto. [...] Daí porque em todos os ordenamentos jurídicos que tratam do superendividamento a boa-fé não é vista só como um vetor principiológico, mas como um requisito comportamental essencial do consumidor para permitir a incidência do instituto. Firma-se, então, a boa-fé como categoria jurídica de aplicação imediata e observância obrigatória (GIANCOLI, 2008, p.102).

Contudo, importa ressaltar que a boa-fé do consumidor não pode ser abalada só pelo fato de este ter acumulado dívidas, pois, nesta conjuntura, a análise da boa-fé do consumidor deve ser feita desde o momento em que o superendividamento aparece e se desenvolve, ou seja, em todo o processo de aquisição do crédito, e não somente após uma possível demanda judicial:

Desse modo, devem ser considerados de boa-fé inclusive os consumidores superendividados que, aprisionados por uma espiral de endividamentos, agravaram sua situação para pagar dívidas antigas, pois se tratam de vítimas de um sistema pernicioso de estimulação de consumo (GIANCOLI, 2008, p. 103).

“Outra exigência para a concretização da situação de endividamento excessivo é a boa-fé. Não se afasta a presunção de boa-fé. No entanto, a ausência comprovada desta impede o alcance ao auxílio do Estado ao endividado (SCHMIDT NETO, 2009, p. 18).

Assim, embora a boa-fé seja um requisito essencial para a caracterização do consumidor endividado, ela não é descartada quando o consumidor se torna superendividado para saldar dívidas antigas vencidas ou vincendas.

### 3.2.2.2 Princípio da dignidade da pessoa humana

Sabe-se que o Estado existe em função de todas as pessoas, e não estas em função do Estado. Por assim ser, o texto constitucional preconiza que a dignidade da pessoa humana é um dos fundamentos da República Federativa do Brasil. Nesse contexto, a pessoa, para a tutela estatal, é o valor maior de toda a democracia, a razão suprema da existência do Estado, o valor último que norteia as políticas públicas estatais.

No âmbito do superendividamento do consumidor, tem-se a preocupação do doutrinador com o patrimônio mínimo que garante a existência do ser humano, antes mesmo de se tornar consumidor:

Quanto ao mínimo vital, trata-se de um montante mínimo para garantir a sobrevivência digna do devedor. Não se pode comprometer todos os recursos do devedor, ele deve conservar alguns para sua própria necessidade (SCHMIDT NETO, 2009, p.18).

Giancoli preconiza:

De toda sorte, a aplicação do princípio da dignidade humana consiste precisamente em determinar que conteúdo mínimo é esse, ou seja, que efeitos concretos restritos ao tal patrimônio mínimo o princípio pretende produzir, de modo que, caso eles não se realizem, seja possível impor seu cumprimento coativamente, especialmente em litígios que envolvam a violação de direitos básicos do consumidor, a exemplo das ações revisionais de contrato de crédito (GIANCOLI, 2008, p. 108).

Esse tema será profundamente analisado no capítulo específico sobre a proteção à imagem do consumidor superendividado, considerando a hipótese levantada pela doutrina da revisão dos contratos de crédito por força do superendividamento e a ameaça ao patrimônio mínimo existencial do ser humano.

### 3.2.2.3 Princípio da cooperação

Cooperar “é o simples agir com lealdade, é colaborar com o outro, para que possa cumprir com suas obrigações e possa alcançar suas expectativas legítimas e interesses” (MARQUES, 2002, p. 59).

O princípio da cooperação é consequência lógica da relação de consumo, é imposição jurídica preconizada pelo CDC. O fornecedor, especificamente o de crédito, deve obedecer aos deveres impostos pela lei consumerista e, conseqüentemente, resguardar os direitos do consumidor que, por força legal, sempre se encontra em situação de vulnerabilidade.

A lei francesa trata do princípio da cooperação de forma clara e cristalina em seu texto, apontando que cabe ao consumidor “um prazo de reflexão de sete dias, tratando-se de crédito mobiliário e, em caso de crédito imobiliário, a oferta de crédito somente poderá ser aceita dez dias após tê-la recebido” (CEZAR, 2007, p. 158).

Nesse contexto, a legislação francesa estimula o crédito responsável. Assim, o prazo de reflexão concedido legalmente ao consumidor configura-se como sendo a obediência da norma ao princípio da cooperação.

Ainda no bojo da legislação européia, a mesma norma mencionada também preconiza o dever de conselho ao fornecedor, ou seja, deve o fornecedor de crédito aconselhar o consumidor quando sua aquisição é excessiva para o seu orçamento. Para Cezar:

A respeito do dever de conselho, a doutrina e a jurisprudência francesas entendem que a apresentação da oferta (*offre préalable*) conforme as exigências legais, não dispensa o fornecedor do seu dever de aconselhar, particularmente quando se percebe que os encargos do empréstimo são excessivos em relação à mocidade dos recursos do consumidor (CEZAR, 2007, p. 159).

Enfim, diante do exposto, oportuna é a observação de Giancoli:

Com efeito, temos que o princípio da cooperação, ao contrário do princípio da solidariedade, não é uma norma programática, mas sim uma norma de eficácia absoluta, pois contém uma força paralisante, implicitamente ou explicitamente, já que incide diretamente nos casos concretos independentemente de qualquer norma para disciplinar seu processo de efetivação, por conter todos os elementos imprescindíveis para que haja a possibilidade de produção imediata dos efeitos previstos, como no caso do superendividamento, visto que o dever de colaboração nasce da inserção dos fornecedores e consumidores num mesmo sistema (mercado de consumo) criado e dirigido pelo primeiro mas que é dependente e vinculado ao comportamento do último (capacidade do consumidor) (GIANCOLI, 2008, p. 117).

Esses princípios acima estudados demonstram a importância da boa-fé, da cooperação e do respeito à dignidade da pessoa humana no âmbito das relações de consumo, pois são cláusulas gerais não só do fenômeno do superendividamento do consumidor, mas da tutela consumerista de forma geral.

### 3.2.3 Características gerais dos consumidores endividados

Tomando por base o estudo realizado pelo Observatório do Endividamento dos Consumidores<sup>28</sup>, em Portugal, percebem-se pelo menos seis características gerais presentes no perfil de um consumidor superendividado e inadimplente no mercado, as quais são expostas e discutidas a seguir.

a) “Os padrões de consumo dos sobreendividados que foram inquiridos no mencionado estudo refletem um estilo de vida predominantemente urbano [...]” (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 26). Por assim ser, e, estando o mercado fortemente presente na vida dos consumidores urbanos, a pressão que estes sofrem no sentido de adquirirem os bens e serviços oferecidos pelos fornecedores é bem maior que a pressão social sofrida por consumidores rurais, de modo que a inadimplência é bem maior na zona urbana do que na rural.

b) “A primeira impressão, dominante no discurso de todos os entrevistados, é a de *enorme confusão e falta de clareza discursiva*, combinada com uma certa apatia na voz e nos movimentos, o choro freqüente [...]”. Percebe-se que

---

<sup>28</sup> Estudo disponível em [www.oec.fe.uc.pt](http://www.oec.fe.uc.pt).

o endividado inadimplente se torna psicologicamente frágil e detém sentimentos de culpa e vergonha constantes em suas vidas, de forma que sentem a necessidade de serem ajudados por saberem de suas fragilidades e de sua situação perante a sociedade e o mercado e também porque entendem que “tinham o direito a ser ajudados porque nunca procuraram defraudar ninguém, nomeadamente os credores” (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 27).

c) “Igualmente notória é a sua enorme dificuldade em precisar datas (da contratação do crédito ou do desemprego, por exemplo) e valores (números de créditos, montante das prestações mensais [...]) (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 27). Na sequência cronológica e na lógica casual do endividado, tudo parece muito vago quando se trata de discernir qual foi a primeira dívida adquirida ou quantas estão em atraso. É a cultura do pagamento de bens e serviços através de prestações, como bem ressalta Cavallazzi (2006, p. 385): “Todo o sistema resulta disso, em que se compra primeiro para em seguida se resgatar o compromisso por meio de trabalho”.

d) Outra constatação muito presente no perfil do consumidor inadimplente e, por sua vez, endividado, “é a da *culpa e da vergonha que sentem em relação aos filhos*.” Essa realidade é observada quando se percebe que a maioria dos inadimplentes é casada e possui filhos, e, por ser endividada, tem a “sensação de fracasso na liderança de uma vida familiar estável e equilibrada” (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 27-28).

e) A questão da socialização dos inadimplentes “é quase sempre afetada de forma grave pela situação de sobre-endividamento”. É o que se chama de “*reconfiguração das suas relações sociais*.” O seio social de que faz parte o insolvente passa a ser mantido, via de regra, por forçosa aparência, ou seja, a maioria dos inadimplentes “ocultam os problemas financeiros dos amigos, esforçando-se por manter a aparência da normalidade” (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 28-29).

f) Como último aspecto a ser analisado, percebe-se que a questão psicológica da afetividade do endividado é fator relevante na sua inadimplência, como atestam Frade e Magalhães (2006, p. 32): “Vários sobreendividados admitiram ter problemas na sua relação, os quais se traduziam num aumento da conflitualidade entre o casal ou num afastamento emocional relativamente ao (á) companheiro (a)”.

Enfim, vistas essas considerações a respeito do perfil dos inadimplentes endividados como um todo, passar-se-á à análise específica do perfil do inadimplente no Brasil, tomando por fundamentação a pesquisa interinstitucional intitulada *Superendividamento no Rio de Janeiro*, realizada sob a responsabilidade de Carpena e Cavallazzi.<sup>29</sup>

### 3.2.4 O perfil do consumidor endividado no Brasil

Diante da relação intrínseca existente entre inadimplência e sobreendividamento, tendo em vista que, normalmente quem se encontra em estado de inadimplência se acha endividada no mercado, importa ressaltar que a despesa total de uma família brasileira é de 82% de sua renda familiar, compreendendo nesse percentual, as despesas essenciais para que se viva dignamente. Assim sendo, se uma família passa a ter mais de 20% de sua renda mensal comprometida por dívidas, esse montante irá repercutir no desenvolvimento digno de sua família (CAVALLAZZI, 2006).

O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro já se pronunciou sobre o assunto, quando, em 2006: “Entendeu que não se deve ‘sufocar o endividado de maneira que lhe falte recursos para sobrevivência digna’” (CAVALLAZZI, 2006, p. 389).

Segundo pesquisa empírica, foi possível constatar que 94% dos entrevistados, no Rio de Janeiro, possuem mais de 21% de sua renda mensal comprometida, e 39% comprometem 60% ou mais de sua renda (CAVALLAZZI, 2006).

Nesse diapasão, constata-se que “[...] na grande maioria dos casos, o pagamento da dívida faz com que o superendividado mantenha para si bem menos

---

<sup>29</sup> Essa pesquisa traça o perfil do inadimplente brasileiro, tomando por base as regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste do País, por meio da parceria institucional entre o Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, o Instituto Brasileiro de Direito do Consumidor (BRASILCON), o Núcleo de Defesa do Consumidor da Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro (NUDECON), o Centro de Documentação e Pesquisa da Ordem dos Advogados do Estado do Rio de Janeiro (OAB/RJ), o Programa de Pós-graduação em Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PROURB/UFRJ), o Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e o Programa de Pós-graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ). O grupo de trabalho para a realização da pesquisa foi formado por professores pesquisadores, defensores públicos, estagiários e mestrandos dos programas de pós-graduação supracitados.



do que o razoável e necessário para sua subsistência” (CAVALLAZI, 2006, p. 389). Esse entendimento corrobora com o posicionamento do TJ-RJ que, como relatado anteriormente, preocupa-se com a existência digna do endividado em conjunto com o estímulo ao pagamento de sua dívida.

Outro aspecto de relevante importância para o perfil do consumidor endividado, no Brasil, são as causas de seu endividamento. Majoritariamente, verifica-se que o endividamento passivo é a origem do endividamento e da inadimplência no Brasil. Cerca de 73% dos consumidores agregaram as suas dívidas a causas provenientes “de evento extraordinário – desemprego, doença, acidente, divórcio ou morte – [...]” e “em torno de 50% dos casos, a causa foi desemprego” (CAVALLAZZI, 2006, p. 390).

No que se refere ao número de credores: “[...] 31% dos entrevistados têm dois credores, 10% têm quatro, e 17%, cinco ou mais credores. Parcela significativa dos entrevistados deve para bancos e financeiras (69%)” (CAVALLAZZI, 2006, p. 391).

Quando se trata dos órgãos de defesa dos consumidores e dos institutos de proteção ao crédito dos fornecedores, constata-se que a maioria dos consumidores, antes de buscar o auxílio de instituições de ajuda, já havia tentando acordos com seu credor de forma direta, e cerca de 70% (no Rio Grande do Sul) e 87% (no Rio de Janeiro) possuem seus nomes inscritos em algum órgão de proteção ao crédito (CAVALLAZZI, 2006).

Diante do exposto, resta a preocupação com a situação atual do endividado no Brasil, de modo que a manifesta contribuição de uma legislação pátria específica na regulação do crédito nacional já demonstraria uma emergente luta de combate ao endividamento e, conseqüentemente, à inadimplência dos consumidores.

Entretanto, muito resta a ser feito no Brasil, a começar do respeito à dignidade da pessoa do consumidor na cobrança desses créditos por parte dos fornecedores, em obediência ao que preconiza o CDC quando tipifica como crime, na esfera penal, a cobrança abusiva de dívidas. Nas palavras de Costa:

O quadro de superendividamento no Brasil ‘é absolutamente dramático, se levarmos em conta que os 50% mais pobres da população detêm apenas 12% da renda nacional.’ Para estes últimos, o acesso ao consumo de bens necessários como geladeiras ou fogões, em regra, só é possível (ou é facilitado) por via do endividamento. E são principalmente estes *últimos* que devem ser respeitados e bem informados (mas, não são!), pois eles contribuem enormemente para o crescimento econômico do País! (COSTA, 2006, p. 232).

Resta analisar qual a caracterização jurídica do superendividamento para o ordenamento jurídico pátrio.

### 3.2.5 Caracterização jurídica do superendividamento

O endividamento, como visto anteriormente, não é um mal em si mesmo. A análise das faces positiva e negativa do crédito demonstra que o endividamento do consumidor pode se configurar tanto como uma melhora na qualidade socioeconômica do consumidor como, noutra norte, pode ser a causa de terríveis consequências para ele. Por esta razão, explica Giancoli:

A expressão superendividamento do consumidor passará a ter relevância jurídica quando a idéia de passividade obrigacional for agregada ao fenômeno do inadimplemento obrigacional, porém, não de uma maneira eventual (GIANCOLI, 2008, p. 120).

O fenômeno do superendividamento do consumidor é alvo de profundas e fundadas preocupações da doutrina pátria, entretanto o aspecto de capital relevância na tutela do consumidor superendividado é o da inadimplência perante seus credores. Ressata-se que este inadimplemento é de forma contínua, e não de forma eventual, “pois esta questão está inserida no estudo da teoria geral da inexecução obrigacional, cujas regras e consequências jurídicas estão inseridas nos artigos 389 a 420 do Código Civil” (GIANCOLI, 2008, p. 120).

A inadimplência do consumidor endividado é fato gerador de prejuízo para seus credores, para si, para a economia, para o Estado e para a sociedade como um todo. É o que leciona Schmidt Neto:

Portanto, o enfrentamento do superendividamento permite que determinado consumidor não fique excluído da sociedade, que não gaste mais do que pode pagar, que seja auxiliado pelos fornecedores que verificarão sua capacidade de reembolso e que, caso gaste além do que pode pagar, encontre-se uma maneira saudável de quitar a dívida com os credores. Todos perdem com a ocorrência do superendividamento, devedor, credor, sociedade, Estado, e da mesma forma todos ganham com a prevenção e a mitigação de seus efeitos. (SCHIMIDT NETO, 2009, p. 31).

Embora pareça ser vantagem para o mercado possuir consumidores compulsivos e que adquiram crédito de forma exagerada, esta prática é danosa para a própria economia, pois um superendividado, na maioria das vezes, gera a inadimplência, e esta gera maus pagadores, comprometendo toda a cadeia do mercado de consumo.

Assim sendo, importante é o estudo da inadimplência no Brasil, a proteção legal aos consumidores inadimplentes e as conseqüências do inadimplemento para o mercado, os credores e a sociedade em geral, tomando por base, sempre, o fato gerador do superendividamento e a relação intrínseca existente entre os institutos da inadimplência e do endividamento.

### 3.3 Inadimplência do consumidor e o fenômeno do superendividamento: as características gerais da inadimplência no Brasil

Embora o endividamento e a inadimplência sejam institutos aparentemente dependentes um do outro, não é correto afirmar que um, necessariamente, seja pré-requisito para a existência do outro. De forma alguma. Ambos possuem existência e forma próprias, entretanto verdadeira é a assertiva de que ambos (endividamento e inadimplência) são intrínsecos, a partir do momento em que o superendividamento pode gerar – na grande maioria das vezes – a inadimplência; contudo o inverso nem sempre é verdadeiro. É o que atesta Schmidt Neto:

Da mesma forma não se pode tomar como superendividamento todos os casos de descumprimento, isso porque, embora o endividamento excessivo gere a inadimplência o inverso não é necessariamente correto. 'O incumprimento não significa necessariamente uma incapacidade, mesmo que temporária, de o devedor proceder ao pagamento. Pode tratar-se apenas de um lapso do devedor', com freqüência os casos de descumprimento contratual tem por base o superendividamento, mas outros podem ser os motivos para tanto. Assim, repita-se, não se confunda descumprimento com superendividamento (SCHMIDT NETO, 2009, p. 28).

Mister se faz a análise sucinta do perfil do consumidor inadimplente no Brasil, para que se configure como prova real da necessidade – em caráter de urgência – da regulação eficaz do crédito e do sobre-endividamento no país.

Inicialmente cumpre ressaltar que o perfil do inadimplente no Brasil é similar ao encontrado em países desenvolvidos, não sendo a inadimplência uma característica intrínseca dos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento. Esse fenômeno é conhecido em vários países desenvolvidos, principalmente nos países europeus (CAVALLAZZI, 2006).

Nesse sentido, relevante é a análise do perfil geral dos inadimplentes como um grupo sócio-econômico existente no mundo contemporâneo, para só depois percorrer a realidade específica do perfil do consumidor inadimplente no Brasil.

### 3.3.1 O consumidor inadimplente

Partindo do pressuposto da repersonalização do direito privado, encontra-se o fundamento da proteção ao consumidor em estado de inadimplência. Isso se dá por que o direito privado está fundamentado na premissa de que deixa de ser meramente patrimonialista e passa a se voltar também para a proteção do ser humano, apresentando-se como um direito constitucionalizado e socializado que figura em um ângulo patrimonial e social simultaneamente. Neste, o CDC é a tônica dos microssistemas, confirmando-se a saída do monossistema para o polissistema legislativo, apartando-se do centralismo do Código Civil e abrangendo regras de todas as áreas, não somente de direito material.

O devedor não é uma figura delituosa na ótica penal. O inadimplente é aquele que, por motivos pessoais, muitas vezes, até relevantes e, via de regra, detentor de boa-fé, não quitou uma dívida com seu credor (ou credores, como ocorre com o devedor superendividado). É o que demonstra Cavallazzi:

A doutrina francesa classificou os superendividados, em relação às causas do endividamento, como ativos e passivos. Enquanto estes não contribuem para a crise de solvência, são vítimas de 'acidentes da vida' que geram despesas superiores à sua capacidade econômica, aqueles abusam do crédito e o usam de forma desproporcional às suas possibilidades de orçamento (CAVALAZZI, 2006, p. 390).

Sendo assim, parte-se do princípio de que a maior parte dos consumidores inadimplentes e endividados são os chamados *consumidores passivos*, alvos das enormes despesas financeiras que, muitas vezes, são geradas por necessidades básicas suas ou de suas famílias, juntamente com a grande pressão social imposta pelo mercado.

Sabe-se que o crédito facilitado ao consumidor reflete a inadimplência estonteante vivida, hoje em dia, em vários países, sobretudo nos subdesenvolvidos ou em desenvolvimento – como é o caso do Brasil. Entretanto, no século XIX, já se visualizavam medidas de constrangimento e discriminação em países de 1º Mundo, como foi o caso da França em 1879, onde se observava “nos departamentos da Alsace-Moselle o tratamento jurídico dispensado aos devedores insolventes continha medidas humilhantes, tais como a imposição do uso em público de um boné verde” (PEREIRA, 2006, p. 161).

Percebe-se que o endividamento é causa de exclusão social desde tempos remotos e, na atualidade, essa exclusão é evidente na sociedade. O inadimplente é, em geral, levado a buscar o crédito, e, conseqüentemente, a sua saída da parcela da população excluída nos sistemas de financiamento, por meio dos quais consegue crédito direto, concedido por comerciantes, sobretudo por financeiras, cartões de crédito e bancos.

A publicidade e a facilidade no fornecimento do crédito são razões do chamado *superendividamento* do consumidor. Lopes ressalta essa realidade vivida especificamente no Brasil:

Um problema raramente mencionado no Brasil tem sido o do superendividamento dos consumidores (*overindebthness, surendettement*). Trata-se do fenômeno social (e não apenas pessoal) da inadimplência dos consumidores por ultrapassarem sua capacidade de consumo a crédito. Em geral, a questão, do ponto de vista do direito, é tratada como um problema pessoal (moral, muitas vezes) cuja solução passa apenas pela execução pura e simples do devedor. Esquece-se que o endividamento depende de que o consumidor tenha tido acesso ao crédito (responsabilidade do credor), que tenha sido estimulado e incentivado a consumir e a consumir à crédito, que tenha sido vítima em certos casos de uma força maior social, qual seja uma recessão, uma onda de desemprego [...] (LOPES, 1996, p. 59).

Sendo assim, o estado de inadimplência, perante a sociedade, não é capaz de tornar o consumidor menos digno que os demais, apenas o deixa em uma

situação de falta de crédito na praça. Nesse sentido, a inadimplência não deve gerar prejuízos para o consumidor no âmbito privado de sua vida, não é motivo suficiente para alguém ter a sua imagem, vida privada, dignidade ou integridade física violadas. O respeito ao devedor inadimplente é norma constitucional, preconizada no artigo 5º, LXVII<sup>30</sup>, da Constituição Federal (BRASIL, 1988).

Com o advento do CDC, tornou-se lógico e claro que o consumidor inadimplente não pode vir a ser constrangido, tendo em vista que este é devedor, mas continua sendo uma pessoa humana; também, não perde seu status de consumidor aquele que, por motivos pessoais, torna-se inadimplente.

A Lei 8.078/90 (BRASIL, 2008a) não perpetró nenhuma “proteção exagerada” ao consumidor, segundo explica Nunes (2007), ela trouxe para o Brasil o que há de mais moderno nos mercados de primeiro mundo no que diz respeito à cobrança de débitos dos consumidores e “apenas traduz esse reconhecimento, além de garantir, por ordem constitucional, a dignidade de toda e qualquer pessoa” (NUNES, 2007, p. 556).

A legislação não protege e nem poderia proteger a inadimplência do consumidor, tendo em vista que a relação de consumo é bilateral e no outro pólo se encontra o fornecedor, sujeito apto a contrair direito e obrigação, não podendo ser prejudicado em detrimento de outrem.

Diferentemente da realidade legislativa da ausência de norma regulamentadora do superendividamento e do crédito ao consumidor, o devedor inadimplente possui norma específica de tutela no bojo do texto consumerista. É o que preconiza Gaulia (2009, p. 53): “O Código de Defesa do Consumidor realmente traz disposições inovadoras e já conta com dois artigos que visam especialmente a proteção do inadimplente. Repita-se: do consumidor inadimplente”.

Os artigos 42, *caput*<sup>31</sup> e 43<sup>32</sup> e seus parágrafos preconizam normas específicas de defesa ao consumidor que se encontre em estado de inadimplência. Nesse sentido, a proteção legal ao consumidor inadimplente é fundamentada na ideia de que ele é apenas um ex-cliente alvo de problemas passageiros, que, uma vez solucionados, fá-lo-ão comprar novamente. Sendo assim – apesar da situação

---

<sup>30</sup> “Art. 5.º Não haverá prisão civil por dívida.”

<sup>31</sup> Art. 42, CDC: “Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça”.

<sup>32</sup> Art. 43, CDC: “O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas registros e dados, pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como as suas respectivas fontes”.

de inadimplência – o consumidor devedor é sempre um consumidor em potencial, um futuro cliente a ser reconquistado.

Importante visualizar que a ideia central da tutela do consumidor inadimplente reside na afirmação de que a **única** consequência prevista por lei, para o devedor que se encontra nesse estado, é a falta de crédito na praça, não podendo passar disto. Todavia, a realidade sócio-econômica brasileira é diferente. Por serem inadimplentes, os consumidores sofrem consequências além das previstas pela lei, tornando-se alvos da discriminação da sociedade e do próprio mercado (MARQUES; CAVALLAZZI, 2006).

Tal repúdio deve ser combatido, visto que a exclusão do consumidor inadimplente do mercado causa inúmeras consequências para a economia. A conjuntura que envolve as relações econômicas é, de forma direta, afetada por tal exclusão, e esta – não se pode negar – é uma realidade sócio-econômica do atual contexto brasileiro.

Entende-se que, por ser inadimplente, não deixa de ser consumidor aquele que, por motivos pessoais, não venha a pagar uma dívida, como bem expressa Nunes (2007, p. 555): “Isso não faz dele melhor ou pior pessoa que ninguém. Não o torna menos digno. [...] Não o faz ser alguém que possa ter sua imagem, vida privada ou dignidade violadas”.

Importante é contextualizar e visualizar o reflexo do superendividamento na inadimplência do consumidor brasileiro e como este crédito é cobrado por parte do credor – por vezes se configurando como o próprio fornecedor na relação de consumo.

Resta analisar a relação intrínseca entre superendividamento, inadimplência e facilidade do crédito diante das práticas abusivas praticadas pelo fornecedor de crédito, especificamente quando estas práticas atingem os direitos fundamentais do consumidor, dentre esses, o direito fundamental à imagem, preconizado pela Constituição Federal.

Cabe salientar que o consumidor é, primeiramente, uma pessoa humana, revestida do manto do consumo, detentora de garantias e direitos fundamentais, antes mesmo de ser alvo de direitos consumeristas. Nesse diapasão, é cristalino o entendimento que este novo sujeito da pós-modernidade é considerado “novo” quando da existência da relação de consumo, contudo é sujeito de direitos

fundamentais desde a existência da sua personalidade, ressalvando que a lei protege os direitos fundamentais até mesmo do nascituro.

Não podem ser divorciados do consumidor, em uma relação de consumo, os direitos fundamentais que ele detém. Absolutamente. Deve o direito tutelar os direitos fundamentais do consumidor, diante das corriqueiras situações que este enfrenta nas relações de consumo.

Dentre inúmeros direitos fundamentais do consumidor abalados em uma relação de consumo, está seu direito a possuir resguardada sua imagem diante das várias práticas abusivas do fornecedor de crédito. Em outras palavras, o consumidor, principalmente endividado, sofre dor moral, além da financeira, quando sua dívida é cobrada de forma abusiva e prejudicial à sua imagem.

O primeiro passo para se chegar a real tutela da imagem do consumidor endividado é aceitar que o fenômeno do sobre-endividamento é social, econômico e jurídico, merecedor de proteção pelo Direito e de cautela por parte dos fornecedores de crédito, quando da sua oferta e da cobrança da dívida adquirida, muitas vezes, em razão da facilidade com que se concede o crédito no Brasil e no mundo.



#### 4 CAPÍTULO III - OS ASPECTOS PRINCIPAIS DA TUTELA JURÍDICA À HONRA DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO E AS INÚMERAS PRÁTICAS ABUSIVAS COMETIDAS PELO FORNECEDOR DE CRÉDITO

##### 4.1 A Política Nacional das Relações de Consumo: uma política voltada para a defesa de direitos da personalidade

Como já visto anteriormente, o CDC se preocupa com a defesa do consumidor – ente vulnerável e ora hipossuficiente – e com a tutela de todos os agentes envolvidos na relação de consumo, especialmente com a transparência de conduta entre fornecedor e consumidor. Assim, fica claro que a Política Nacional das Relações de Consumo, preconizada no artigo 4º do CDC, tem, como um de seus objetivos, oferecer ao consumidor o respeito à sua dignidade enquanto sujeito de uma relação consumerista, ou seja, o CDC é diploma eficaz na tutela dos direitos da personalidade do consumidor. É o que lecionam Vasconcelos e Brandão:

Conforme dispõe o art. 4º do CDC, a Política Nacional das Relações de Consumo tem os seguintes objetivos: atendimento às necessidades dos consumidores; **respeito à sua dignidade, saúde e segurança**; proteção de seus interesses econômicos; melhoria da sua qualidade de vida; transparência e harmonia nas relações de consumo. Especialmente, **a política nacional das relações de consumo prevê a transparência de conduta como princípio do vínculo entre os sujeitos da relação de consumo, ou seja, entre consumidor e fornecedor**. Essa transparência quer que as relações de consumo sejam claras quanto às informações, tanto de forma quantitativa como qualitativa (VASCONCELOS; BRANDÃO, 2008, p. 14-15, grifo nosso).

Nesse mesmo sentido, posiciona-se Bittar:

[...] A Política Nacional de Relações de Consumo, que vem exposta e discriminada nos arts. 4º e 5º da Lei 8.078/90, recebendo um capítulo específico (cap.II) para o tratamento da matéria, inserido que está dentro do Título I ( Dos Direitos do Consumidor), está sobretudo voltada para o atendimento das necessidades dos consumidores, para **o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, para a transparência e harmonia das relações de consumo**, para a proteção dos interesses econômicos dos consumidores e melhoria de sua qualidade de vida. Em poucas palavras, **é uma política essencialmente calcada na necessidade de formação de uma ideologia de respeito a direitos da personalidade** (BITTAR, 2000, p. 187, grifo nosso).

É cristalina a necessidade da lei específica consumerista tutelar os direitos da personalidade do consumidor, que se configuram como direitos fundamentais da pessoa humana, pois, como já analisado, antes mesmo do consumidor se revestir do manto do consumo e ser um dos sujeitos da relação de consumo, ele é pessoa humana, detentora de direitos e garantias fundamentais por força constitucional<sup>33</sup>.

Conforme o profundo ensinamento de Bolson:

[...] Os direitos da personalidade são inatos, esses constituindo-se em uma categoria jurídica autônoma e especial, isto é, independente da condição que o ser humano assume em suas relações sociais ele possui direitos da personalidade, diferente do direito do consumidor, os quais somente passam a existir quando o ser humano assume tal condição em uma determinada relação social (=relação de consumo) (BOLSON, 2004, p. 141).

Em obediência à determinação legal da proteção da dignidade do consumidor, este pode ser considerado titular de direitos fundamentais, sobretudo dos direitos da personalidade preconizados pela CF/88, tendo em vista que:

O CDC considerou consumidor como um sujeito de direitos especiais, inserido em um sistema orgânico de normas e princípios com o intuito de protegê-lo para a efetivação de seus direitos. Trata-se da realização de um direito fundamental [...] (VASCONCELOS; BRANDÃO, 2008, p. 12).

A Política Nacional de Relações de Consumo é instrumento operante dessa realização dos direitos fundamentais, principalmente dos direitos da personalidade do consumidor enquanto ser humano, conforme se vislumbra na doutrina:

[...] Pode-se afirmar que se trata de vislumbrar na 'Política Nacional de Relações de Consumo' uma Política Nacional de Direitos da Personalidade nas relações de consumo, uma vez que os direitos fundamentais que ganham guarida na Constituição Federal de 1988 se encontram efetivados em diversas dimensões, com inúmeros desfechos, traços próprios, matizes específicos que os singularizam, seja diante de categorias, seja para fins determinados, seja em relações específicas. Neste sentido, que se imprimiu à matéria, relevando-se alguns aspectos do temário, é que **uma Política Nacional de Relações de Consumo pode representar uma Política Nacional de Incentivo ao respeito dos Direitos Fundamentais vertida para o âmbito das relações de consumo** (CASADO, 2000, p. 189, grifo nosso).

Observa-se que o Código Civil tutela os direitos da personalidade, estabelecendo um rol nos seus artigos 11 e 12. Entretanto, quando se trata da

---

<sup>33</sup> Conforme preconiza o artigo 5º da Constituição Federal (BRASIL, 1988).

defesa do consumidor, o CDC estabelece, nos artigos 6º, I e 42, o regramento desses direitos. Ainda, não se pode omitir que o artigo 5º da Constituição Federal é o espelho maior, que reflete todas as preocupações infraconstitucionais com a defesa dos direitos fundamentais, sobretudo com a tutela dos direitos fundamentais do consumidor, e a defesa destes é princípio geral da atividade econômica, como atesta o artigo 170 (BRASIL, 1988). Desta forma, elucida Bolson (2004, p. 140): “Então, tanto os direitos da personalidade como os direitos do consumidor são direitos fundamentais, o que lhes caracteriza como integrantes do rol das cláusulas pétreas, especificamente o art. 60, IV, da Constituição”.

Bittar (2000, p. 183), por sua vez, advoga: “[...] Os direitos do consumidor albergam, em sua textura, direitos da personalidade. São, mais propriamente, em parte, e não em sua totalidade, concretização de direitos da personalidade”.

Assim sendo e diante do acima exposto, os direitos do consumidor podem ser considerados direitos fundamentais da pessoa humana, e a legislação consumerista é eficaz e extremamente importante na concretização da proteção jurídica aos direitos fundamentais do consumidor, especificamente, aos direitos da personalidade.

A doutrina se refere à matéria utilizando a sábia expressão: *direitos da personalidade do consumidor*. Essa nomenclatura é empregada quando se percebe, no cotidiano das relações de consumo, que existe uma sobreposição dos interesses existenciais da pessoa humana sobre os interesses patrimoniais típicos de uma relação consumerista, conforme explica Bolson:

Em verdade, nem todos os direitos do consumidor são direitos da personalidade, aliás, parte dos direitos do consumidor abarcam somente interesses patrimoniais, ao contrário dos direitos da personalidade do consumidor de índole existencial, notadamente o direito à vida e à honra. Logo, os direitos da personalidade do consumidor manifestar-se-ão no âmbito das relações de consumo em que estejam envolvidos interesses existenciais, é claro que ao lado destes, geralmente, há interesses patrimoniais, uma vez que relações de consumo são marcadas pelo caráter econômico, distintas, portanto, de algumas relações civis em que, *a priori*, o que está posto em causa é o interesse existencial, como no caso do direito ao nome pleiteado pelo investigante em ações de investigação de paternidade (BOLSON, 2004, p. 141).

Enfim, cumpre ressaltar, diante da análise dos direitos fundamentais do consumidor, quais são esses direitos, sua classificação, sua distinção em relação às diversas nomenclaturas utilizadas na doutrina, a saber: os direitos humanos, direitos

do homem, direitos individuais, direitos humanos fundamentais, liberdades públicas, dentre outras; sua especificidade, e, de forma capital, quais são os direitos da personalidade protegidos pelo CDC – por se tratar do objeto desse trabalho – e de que forma o direito à honra do consumidor é tutelado pela legislação consumerista, diante dos inúmeros abusos cometidos pelos fornecedores de crédito.

#### 4.2 Os direitos fundamentais e da personalidade como alvos da proteção consumerista: uma breve análise de ambos os institutos

Importa discorrer, brevemente, sobre os aspectos principais dos direitos fundamentais e da personalidade, como o início da análise da defesa dos direitos fundamentais do consumidor superendividado.

##### 4.2.1 Evolução, conceitos e considerações dos direitos humanos e dos direitos fundamentais: a distinta terminologia de ambos

O surgimento dos direitos humanos data do período entre os séculos VII e II a.C. – compreendido como axial – a partir do qual o homem passa a ser considerado, de forma incipiente, na História da humanidade, como um ser possuidor de plena liberdade e razão: “Lançavam-se assim, os fundamentos intelectuais para a compreensão da pessoa humana e para afirmação da existência de direitos universais, porque a ela inerentes” (TAVARES, 2009, p. 453).

Na História inglesa, a evolução dos direitos humanos se deve, inicialmente, à Magna Carta de 1215; à Petição de Direitos de 1628; ao *Habeas Corpus Act*, de 1679, considerado a segunda Magna Carta inglesa; à Declaração de Direitos de 1698 (TAVARES, 2009, p. 454). Já no contexto americano, a Declaração de Direitos da Virgínia de 1776 e a Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão de 1789, influenciaram o constitucionalismo dos direitos humanos (GEBRAN NETO, 2002).

Tavares discorre acerca da evolução dos direitos humanos no século XX:

Já no século XX, verifica-se uma proliferação de convenções de caráter universal ou regional, consagrando diversos direitos. Assim, tem-se a Declaração Universal de Direitos do Homem, adotada em 1948 pela Assembléia Geral da Onu, e a Carta dos Direitos Fundamentais da União Européia, só para citar duas delas (TAVARES, 2009, p. 455).

Assim, resta saber que os direitos humanos compreendem, segundo a doutrina: “Um conjunto de faculdades e instituições que, em cada momento histórico, concretizam as exigências da dignidade, liberdade e igualdade humanas, as quais devem ser reconhecidas positivamente pelos ordenamentos jurídicos [...]” (GUERRA, 2008, p. 189).

Importa ressaltar que essa nomenclatura é revestida da concepção jusnaturalista de que o homem, por ser pessoa humana, detém direitos inatos, ou seja, inerentes à sua natureza. Entretanto, “a crítica geralmente levantada contra essas denominações é no sentido de que não haveria direitos que não fossem do homem ou humanos” (TAVARES, 2009, p. 461).

Divergência à parte, na doutrina, importa frisar que a expressão *direitos humanos*, segundo posicionamento lecionado por Guerra:

[...] É empregada para denominar os direitos positivados nos documentos internacionais, como também as exigências básicas relacionadas com a dignidade, liberdade e igualdade de pessoa, que não alcançaram um estatuto jurídico positivo (GUERRA, 2008, p. 204).

Noutro norte, a nomenclatura utilizada para os direitos humanos positivados internamente, por cada Estado em sua própria Constituição, seria a expressão *direitos fundamentais* (GUERRA, 2008).

Conforme o ensinamento de Moraes:

Direitos Fundamentais são aqueles direitos que aplicados diretamente gozam de uma proteção especial nas Constituições dos Estados de Direito; são provenientes de um amadurecimento da própria sociedade no que se refere à proteção dos referidos direitos. Por isso, a lenta evolução até que chegasse a este nível de proteção em nível internacional e nacional dos referidos direitos (MORAES, 1997, p. 19).

Bonavides preconiza que:

Os direitos de primeira geração ou direito da liberdade têm por titular o indivíduo, são oponíveis ao Estado, traduzem-se como faculdades ou atributos da pessoa e ostentam uma subjetividade que é o seu traço mais

característico; enfim, são direitos da resistência ou de oposição perante o Estado (BONAVIDES, 2001, p. 517).

Nesse sentido, fica evidenciado que os direitos fundamentais são positivados pelo ordenamento jurídico interno e estão, na maior parte dos casos, no bojo do texto constitucional, sendo alvos de proteção estatal específica.

Mister enfatizar que, apesar de toda diferenciação apresentada pela doutrina, as nomenclaturas *direitos humanos* e *direitos fundamentais* são ora utilizadas como sinônimos, confundindo-se ainda, com uma terceira expressão, quer seja, *liberdades públicas*: “As expressões Direitos do Homem, Direitos Fundamentais e Liberdades Públicas têm sido, equivocadamente, usadas indistintamente como sinônimos. Em verdade, guardam, entre si, de rigor, apenas um núcleo comum, a liberdade” (NOGUEIRA, 1997, p. 11).

No Brasil, segundo Guerra (2008, p. 201), “adota-se com muita freqüência a expressão Liberdades Públicas, atribuindo-lhe, porém, o significado que engloba a generalidade de direitos fundamentais”. Nesse aspecto, encontra-se a nomenclatura dos *direitos da personalidade*, segundo a qual, possui a roupagem de *liberdades públicas* quando são reconhecidos expressamente pela Constituição (AFFORNALLI, 2008).

Assim, os *direitos da personalidade* seriam aqueles “cuja ausência torna a personalidade uma suscetibilidade completamente irrealizável, sem valor concreto” (BITTAR, 1995, p. 6). São também conhecidos como direitos personalíssimos; direitos individuais; direitos da própria pessoa; direitos privados da personalidade; direitos essenciais; dentre outras terminologias (AFFORNALLI, 2008, p. 18).

Nesse diapasão, percebe-se que, no Brasil, os direitos da personalidade são chamados de *liberdades públicas constitucionais*, e estas, por sua vez, confundem-se com os direitos fundamentais; assim, resta afirmar que a proteção constitucional aos direitos da personalidade se configura como a própria tutela dos direitos fundamentais.

Tavares leciona que os direitos fundamentais obrigam o ordenamento jurídico como um todo:

A denominada ‘dupla natureza’ dos direitos fundamentais procura reconhecer tanto sua função de direitos subjetivos como também de princípios objetivos da ordem constitucional.

Podem-se assinalar como conseqüências decorrentes da concepção objetiva dos direitos fundamentais a sua 'eficácia irradiante' e a 'teoria dos deveres estatais de proteção'.

A eficácia irradiante obriga que todo o ordenamento jurídico estatal seja condicionado pelo respeito e pela vivência dos direitos fundamentais. A teoria dos deveres estatais de proteção pressupõe o Estado (Estado-legislador; Estado-Administrador e Estado-juiz) como parceiro na realização dos direitos fundamentais, e não como seu inimigo, incumbindo-lhe sua promoção diuturna. Em síntese, é 'o sentido de uma vida estatal contida na Constituição' (TAVARES, 2009, p. 476).

Desta forma, "o Estado deve abster-se de perturbar o exercício dos Direitos Fundamentais, ele deve, por outro lado, evitar que sejam desrespeitados, restaurando-os caso venham a ser efetivamente violados" (DUQUE, 2008, p. 175).

Assim, o doutrinador supracitado sustenta a ideia de que, partindo do contexto de que os direitos fundamentais obrigam o ordenamento jurídico e não podem ser, em hipótese alguma, violados, existiria um "direito fundamental à proteção" (DUQUE, 2008, p.170).

Nesse diapasão, resta afirmar que os direitos de proteção ao consumidor são reflexos do direito fundamental à proteção de que goza a pessoa humana, principalmente diante de uma relação consumerista, sobretudo quando envolve o crédito ao consumidor e o clamor por uma justiça social, mediante os abusos dos fornecedores de crédito.

Diante do exposto, comprova-se que a proteção à honra do consumidor superendividado é obrigação inerente ao Estado, visto que a honra do consumidor é elemento inserido nos direitos da personalidade, que, por sua vez, manifestam-se como direitos fundamentais. Nesse contexto, o ordenamento jurídico deve ser guiado e pautado na defesa dos direitos fundamentais, não podendo ser omissa a lei consumerista na tutela e na resguarda dos direitos da personalidade do consumidor.

#### 4.3 Os direitos da personalidade do consumidor: o direito constitucional à honra e a tutela consumerista e cível do instituto

Os direitos da personalidade só vieram a ser examinados, recentemente, pela doutrina civil moderna, tendo em vista que foram os Códigos do século XX que incluíram, em seus textos, tratamento sistemático e específico à matéria. Berti (1997,

p. 157), no entanto, ressalta: “Apesar de a doutrina observar em nossos dias uma forma metódica para o seu estudo, a categoria está longe de alcançar um grau de evolução ideal”.

Esses direitos são repletos de dificuldades quando se trata de sua tutela, inicialmente pela divergência doutrinária quanto à sua extensão, quanto à sua nomenclatura e quanto ao seu alcance. Para alguns, seria considerada uma séria dificuldade a aproximação de direitos considerados diversos, como por exemplo, a junção da patrimonialidade dos direitos do consumidor com a extrapatrimonialidade dos direitos da personalidade (BERTI, 1997). É o que se percebe do ensinamento de Duque:

Se por um lado as transformações dos papéis do Estado e da sociedade ao longo dos tempos representam um fator desencadeador da crescente influência dos direitos fundamentais nas relações de direito privado, por outro, a própria relevância dos direitos fundamentais nas relações entre particulares era negada no entendimento do Estado liberal tradicional. [...] isso sugeria o fato de que no Estado Liberal os direitos fundamentais eram vistos como um instituto específico das relações Estado/indivíduo, como típicos direitos de defesa, que limitavam o poder do Estado perante os indivíduos, quando esse ultrapasse seus limites (DUQUE, 2008, p.164-165).

Cezar discorre acerca da posição do ordenamento jurídico quando da defesa dos direitos fundamentais nas relações privadas:

Com efeito, o legislador constituinte pôs a dignidade humana como alicerce da ordem brasileira. A eminente autora Maria Celina Bodin de Moraes assinala que ‘no direito, hoje, tudo se tornou relativo, ou ponderável, mas em relação ao único valor capaz de dar harmonia, equilíbrio e proporção ao ordenamento jurídico: o princípio da dignidade da pessoa humana’. Nesse passo, o exercício de toda posição jurídica deve atender aos princípios maiores do ordenamento, para que seja merecedor de tutela, havendo limites éticos ao exercício de direitos subjetivos e outras prerrogativas. Este movimento, identificado pela doutrina como a constitucionalização do direito privado, é uma ‘tendência marcante do nosso tempo e característica do Estado Social’ (CEZAR, 2007, p. 139).

Entretanto, percebe-se que o encontro dos direitos da personalidade com os do consumidor (relações de direito privado), tanto no decorrer da evolução da História, das legislações regulamentadoras dos direitos fundamentais, quanto na doutrina e nas outras fontes do Direito, é perfeitamente aceitável e, mais do que isso, imprescindível para a tutela do consumidor frente a uma relação de consumo, como bem assegura Miragem:



A proteção indicada ao consumidor pelo Código de Defesa do Consumidor, neste sentido, abarca tanto a esfera de *interesses patrimoniais*, relativos ao objeto imediato do contrato de consumo (o produto ou serviço adquirido), ou mesmo danos apreciáveis economicamente, quanto *interesses extrapatrimoniais*, que não tendo relação necessária com a aquisição de produto ou serviço, poderão ser ofendidos pela conduta ilícita do fornecedor (MIRAGEM, 2004, p. 53).

Nesse diapasão, percebe-se que o CDC tutela, pontualmente, a relação de consumo, qual seja, a aquisição de produtos ou serviços pelo consumidor através do fornecedor. Contudo, várias práticas desse mesmo fornecedor poderão ofender direitos fundamentais do consumidor em uma relação consumerista, de modo que a lei específica, não podendo ser omissa a tal proteção, combate e regulamenta o respeito aos direitos fundamentais do ser humano em uma típica relação de consumo. É o que se percebe a partir da análise da ideologia da Política Nacional de Relações de Consumo:

Assim, sistematicamente, a ideologia de uma política nacional de consumo envolve:

- a) uma política nacional de desenvolvimento;
- b) uma política nacional de proteção do consumidor;
- c) uma política nacional de incentivo ao respeito dos direitos fundamentais;**
- d) uma política nacional de cultura do consumo;
- e) uma política nacional de estudos, informação e divulgação de dados do setor;
- f) uma política nacional de fiscalização e efetivação de direitos nesse setor. (CASADO, 2000, p. 188, grifo nosso).

No consenso atual da doutrina de que os direitos do consumidor se harmonizam perfeitamente com os direitos fundamentais, especialmente com os direitos personalíssimos, importa discorrer, especificamente, sobre a proteção da honra do consumidor superendividado. Mas, antes de caminhar sobre o tema pontual, mister se faz conceituar o direito à honra e as especificidades da honra da pessoa humana, conseqüentemente, do próprio consumidor.

#### 4.3.1 Considerações gerais sobre o direito à honra

De acordo com Tavares (2009, p. 655): “A honra constitui-se do somatório das qualidades que individualizam o cidadão, gerando seu respeito pela sociedade,

o bom nome e a identidade pessoal que o diferencia no meio social". Para Silva (1992, p. 191): "A honra, a imagem, o nome e a identidade pessoal constituem, pois, objeto de um direito, independente, da personalidade".

Berti, por sua vez, leciona:

O tema conceitual de honra pode ser desenvolvido a partir de um sentido próprio: conjunto de qualidades morais, intelectuais, físicas ou outras que concorram para determinar o mérito do indivíduo no meio em que vive. Tanto pode ser o valor íntimo do indivíduo (honra subjetiva) quanto a estima dos outros ou a consideração social, sentimento da própria dignidade pessoal refletida na consciência alheia (honra objetiva). (BERTI, 1997, p. 161).

Covizzi (2003, p. 30) acrescenta que "a honra é o conjunto de qualidades que caracteriza a dignidade da pessoa, o respeito dos concidadãos, o bom nome e a reputação. Por isso é direito fundamental da pessoa [...]".

A Constituição Federal preconiza o acima dissertado, acerca da moral que reveste a honra da pessoa humana, em seu artigo 5º, que reza: "São invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito de indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação" (BRASIL, 1988).

Como visto, por força constitucional, inclusive pela garantia do direito à indenização, a honra do ser humano diz respeito à sua moral, à sua posição perante a sociedade em que vive, ao seu conceito de cidadão, à sua índole, à sua identidade, à sua boa imagem perante si e perante os demais. É o chamado "direito do espírito", conforme classifica Berti (1997), ou "direito à integridade moral", como bem emprega Ferreira Filho (2008).

O Código Civil estabelece a proteção específica de vários direitos da personalidade, dentre eles, o direito à honra e à imagem, nos seus artigos 17 e 20. Fundado nessa percepção da honra, é que o Direito deve tutelar esse direito fundamental do consumidor enquanto ser humano que é, principalmente por se tratar de um ente vulnerável e hipossuficiente na relação de consumo, mas que tem o direito de ter sua honra preservada:

[...] O cidadão tem o direito de resguardar sua honra pessoal, essencial ao bom convívio dentro da sociedade. Tudo aquilo que depõe contra a pessoa, mas que faz parte da sua privacidade, não deve ser revelado (TAVARES, 2009, p. 655-656).

O dano à honra do consumidor é uma das dores morais e psicológicas mais profundas que o ser humano pode carregar em seu interior, pois, como já visto, na sociedade moderna, o crédito é meio de qualidade de vida e, diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito, o consumidor se depara com o prejuízo financeiro – inerente à relação de consumo – e moral, quando sua honra é indevidamente atingida em uma relação consumerista.

Tavares (2009) preconiza que a honra do ser humano vincula o seu bom convívio em sociedade e vai além. Assim, mesmo que algo negativo e verdadeiro seja imputado à pessoa, isso não deve ser revelado, sob pena de violação à sua honra subjetiva e prejuízo à sua convivência em sociedade, “pois, aquilo que é contrário à dignidade da pessoa deve permanecer em segredo dela própria” (CUPIS, 1992, p.191 *apud* TAVARES, 2009, p. 656).

Nesse diapasão, em uma relação de consumo, nada que ofenda a honra do consumidor deve ser revelado pelo fornecedor. A honra do endividado não pode, nunca, responder por suas dívidas perante o mercado, devendo sempre ser resguardada, sob pena de infração à norma legal.

#### 4.3.2 A proteção à honra do consumidor endividado conforme o Código de Defesa do Consumidor

Como analisado anteriormente, quando há dano à honra da pessoa humana, a norma violada é de cunho constitucional, todavia, quando esse prejuízo é verificado na honra do consumidor, sobretudo do consumidor maculado pelo fenômeno social do superendividamento, além da infração à norma constitucional, a lei específica consumerista também será desrespeitada, conforme leciona Bolson:

Não há no Código de Defesa do Consumidor menção explícita à proteção da honra do consumidor. Contudo, no art.42 há proibição do consumidor ser exposto ao ridículo ou submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça na cobrança de débitos, bem como o artigo 71 impede que o fornecedor utilize na cobrança de dívidas de constrangimento, seja a que título for. Se infere, portanto, dos dois artigos citados à proteção à honra do consumidor (BOLSON, 2004, p. 147).

Berti comunga do mesmo pensamento de que o CDC protege a honra do consumidor por meio de normas que a tutelam implicitamente, contudo, de forma eficaz:

No texto do CDC há proteção à honra do consumidor, implicitamente reconhecida, em pelo menos dois dispositivos:

1°)O artigo 42 prescreve que: 'na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.'

2°)O artigo 71 impede o fornecedor de utilizar, na cobrança de dívidas, constrangimento físico ou moral, [...] ou qualquer procedimento que exponha o consumidor a ridículo [...] (BERTI, 1997, p.160-161).

Percebe-se que a Lei 8.079/99 não traz, em seu bojo legal, norma explícita sobre a proteção à honra do consumidor. Entretanto, na sua elaboração, o legislador tutelou de forma implícita o direito constitucional à honra da pessoa humana, por visualizar que esse direito fundamental poderia, com toda a certeza, vir a ser ferido pelo fornecedor em uma relação eminentemente de consumo, quando este se utiliza da honra do consumidor como um instrumento de intimidação nas práticas abusivas.

Por essa razão, os artigos 42 e 71 são considerados, pela doutrina, como mecanismos de defesa da honra do consumidor, sendo o primeiro uma norma garantidora da tutela da honra, ao proibir o fornecedor de expor o consumidor ao ridículo e de submetê-lo a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça. Já o segundo criminaliza a conduta do fornecedor, configurando fato típico penal a efetiva utilização de meios vexatórios na cobrança de dívidas, independentemente do resultado. Afirma Berti:

Qualquer ato que expuser ao ridículo o consumidor, que lhe causar constrangimento, caracterizará, por certo, atentado a seu direito à honra. O reconhecimento desse direito rende-se à necessidade de defesa da reputação da pessoa, expressão de direito da personalidade, com sede na classe do direito da subjetividade (BERTI, 1997, p. 23-24).

Nesse diapasão, a tutela da honra do consumidor, por parte do CDC, é imprescindível nos dias atuais, em que se vive o mercado de consumo. As diversas práticas abusivas empregadas pelos fornecedores, em detrimento à moral do consumidor, são, cada vez mais, corriqueiras e se configuram como os meios eficazes do fornecedor de crédito de vulgarizar, cobrar e estimular a venda do crédito.

Como já estudado, a face negativa da vulgarização do crédito é o fenômeno do superendividamento. Este se caracteriza como sendo uma das barreiras enfrentadas pelos consumidores, no livre desenvolvimento dos direitos da personalidade, principalmente, no que tange à tutela do direito à honra, pela errônea razão do fornecedor encontrar, nesse direito, um meio eficaz de atingir o consumidor e cobrar a sua dívida:

Por traz desse raciocínio, reside a constatação de que a inalienabilidade de certos direitos fundamentais deriva da personalidade do titular desses direitos, implicando proteção contra a ausência de esperança, aqui compreendida como sinônimo de superendividamento, barreira ao livre desenvolvimento da personalidade (DUQUE, 2008, p. 183).

O superendividamento do consumidor, não aquele gerado por mera irresponsabilidade do consumidor (consumidor ativo consciente), mas o ocasionado pela falta de gerenciamento de suas finanças (consumidor ativo inconsciente) e, principalmente, o gerado pela ausência do dever de informação do fornecedor e pela política de vulgarização do crédito (consumidor passivo), é fenômeno que, por si só, tolhe o pleno desenvolvimento do direito à honra do consumidor. Isso porque quem se encontra em situação de superendividamento, em geral, é cobrado pelo fornecedor de crédito por meio de condutas ilegais e abusivas que maculam sua honra e, conseqüentemente, sua moral frente o mercado e a sociedade.

Por essa razão, a honra do consumidor deve ser tutelada de forma emergente pela lei consumerista, que, diante do estudado no decorrer deste trabalho, tem o papel de reprimir os abusos do fornecedor, quando este se utiliza das práticas que configuram o abuso do direito de fornecer e cobrar o crédito e ferem a honra e dignidade do consumidor. É o que Duque elucida de forma pertinente:

Tão mais grave é a situação quando praticada por meio de práticas abusivas de publicidade, com especial penetração frente a consumidores em situação de fragilidade pessoal. Nessas condições negativas, patente é o caso das relações de endividamento permanente, fenômeno cada vez mais comum nas sociedades de consumo marcadas por um acesso facilitado ao crédito, com pagamentos em longas prestações, que devem ser objeto de denúncia em um determinado momento, sob pena de gerarem uma vinculação por toda a eternidade (DUQUE, 2008, p. 183).

Diante do exposto e analisado, comprova-se que o CDC é instrumento legal e eficaz na tutela do direito à honra do consumidor em uma relação de consumo, agindo paralelamente na defesa dos direitos da personalidade, em harmonia com a

Constituição Federal e o Código Civil. O CDC, então, é considerado, pela doutrina atual, um instrumento de proteção do Estado: “Na condição de instrumento legal concretizador de um dever fundamental estatal de proteção consagrado na Constituição Brasileira” (DUQUE, 2008, p. 186).

Enfim, cumpre ressaltar que a honra do consumidor, em uma relação consumerista, é tutelada de forma eficaz pelo CDC diante das inúmeras práticas abusivas cometidas pelo fornecedor – especificamente o de crédito, objeto deste trabalho. Esse diploma legal disciplina os institutos necessários para garantir a defesa dos direitos de personalidade do consumidor frente o mercado de consumo (RODRIGUES, 2006).

Nesse sentido, importa analisar quais as práticas abusivas do fornecedor de crédito que se mostram mais eficazes no prejuízo à honra do consumidor quando da oferta, aquisição e cobrança do crédito, considerando-se o superendividamento do consumidor e sua vulnerabilidade enquanto sujeito na relação de consumo.

#### 4.4 Das práticas abusivas do fornecedor de crédito: a tutela da honra do consumidor superendividado diante da oferta, da aquisição e da cobrança creditícia

A lei consumerista busca como objetivo – na seara da tutela da honra do consumidor – não somente proteger a saúde moral do superendividado e ora inadimplente, mas também restabelecer a sua dignidade quando for atingido pelas práticas abusivas cometidas pelo fornecedor.

Como analisado em capítulo específico, o superendividamento do consumidor é um fenômeno social que precisa ser combatido, pois o enfrentamento desse fenômeno permite que o consumidor não fique excluído da sociedade. Nesse diapasão, o sobre-endividamento deve ser prevenido, através de criação de uma lei específica que o regulamente, e seus efeitos negativos necessitam ser reprimidos. Dentre esses efeitos, sobressaem-se as condutas ilegais e inconstitucionais dos fornecedores de crédito, as quais atingem a honra do consumidor desde o nascimento do contrato de crédito (com a publicidade facilitadora do crédito) até a execução desse mesmo contrato, quando o fornecedor abusa do seu direito de cobrar do consumidor endividado e inadimplente, maculando a honra do sujeito

vulnerável da relação consumerista e se valendo de práticas que denigrem a moral do consumidor perante o seio social em que vive. Nas palavras de Covizzi:

Os direitos personalíssimos obtiveram na Constituição Federal a expressa distinção a eles dirigida, [...], o que decorre a impossibilidade de serem atingidos pelo exercício de um outro direito disponível qualquer.

[...]

Não é porque fulano tem o direito de haver um crédito de Beltrano, que está autorizado a utilizar-se de meios, instrumentos ou técnicas comissivas, que afetam aqueles bens indisponíveis, invioláveis e que se encontram debaixo da tutela estatal, porque o direito adquirido para ser realizado (o direito de recebimento do crédito) não pode comprometer e nem muito menos violar o direito inato (o direito de preservação da honra). Pois tanto um quanto o outro, pertencem a órbitas jurídicas diferentes e ao mesmo tempo inatritáveis (COVIZZI, 2003, p. 41).

O direito à honra é bem indisponível e deve ser protegido juridicamente contra todo e qualquer abuso de direito por parte do fornecedor de crédito, tendo em vista que a lei assegura a cobrança do crédito e reprime o abuso dessa cobrança por meios prejudiciais aos direitos fundamentais da pessoa humana. Por força constitucional, a honra é direito subjetivo e inviolável: “Isto quer dizer que para fazer valer um direito adquirido, não se admite nem em hipótese, a possibilidade de serem violados esses bens especialmente protegidos” (COVIZZI, 2003, p. 41).

Contudo, sabe-se que a teoria da norma constitucional programática nem sempre é posta na prática, e o cotidiano mercadológico de consumo é campo de atuação das práticas abusivas do fornecedor de crédito, mesmo diante da repressão legal, inclusive com sanções tipificadas penalmente.

Diante do exposto, resta comprovado que nada, absolutamente nenhuma situação, sustenta e justifica as condutas abusivas do fornecedor de crédito diante do direito à honra do consumidor superendividado, pois tanto o direito à honra, quanto o direito de cobrança são direitos que não podem sofrer atritos. Nesse sentido, a lei preconiza o modo civilizado de cobrar, assegurando ao credor instrumentos legais de assim fazê-lo, combatendo qualquer conduta do fornecedor que desrespeite os direitos da personalidade do consumidor.

Importa, nesse cenário, dissertar sobre as principais práticas abusivas do fornecedor de crédito, as quais expõem o consumidor ao ridículo ou submetem-o a qualquer forma de constrangimento ou ameaça que macule sua honra. O seu superendividamento e possível inadimplência não podem nunca, sob nenhuma hipótese, ser tratados de maneira vexatória. Cabe ao fornecedor de crédito exercer,

de maneira regular, o seu direito legal de cobrança por meio de todas as garantias legal e juridicamente asseguradas a ele, mas não pode cometer abusos.

#### 4.4.1 As principais práticas abusivas do fornecedor de crédito preconizadas pela legislação consumerista e o dano à honra do consumidor superendividado

Mister se faz, neste momento, conceituar o abuso do direito e, conseqüentemente, as práticas abusivas, com a finalidade de tornar seu estudo mais profundo, quando da análise da ofensa à honra do consumidor por meio da utilização do abuso do direito.

Segundo Nunes:

Pode-se definir o abuso do direito como resultado do excesso de exercício de um direito, capaz de causar dano a outrem. Ou, em outras palavras, o abuso do direito se caracteriza pelo uso irregular e desviante do direito em seu exercício (NUNES, 2005, p. 510).

A teoria do abuso do direito é originária da lei civilista e ganhou espaço no direito consumerista, no momento em que se percebeu que o consumidor sofre prejuízos na relação de consumo, não através do ato ilícito praticado pelo fornecedor, mas em razão do próprio exercício abusivo do direito em si. Ou seja, de forma específica, o fornecedor de crédito não se utiliza de atos originalmente ilícitos para macular a honra do consumidor endividado e inadimplente, ele se vale de práticas abusivas dentro da seara do exercício regular de seus direitos de ofertar, contratar, cobrar, negociar, dentre outros.

Nesse diapasão, o ordenamento jurídico consumerista pátrio acabou por adotar a teoria do abuso do direito quando da regulação das ações e condutas do fornecedor. Assim, as normas do CDC proíbem o abuso de direito nas práticas utilizadas pelo fornecedor, reprimindo toda e qualquer conduta nesse sentido:

No dizer de Tupinambá, práticas abusivas 'são práticas comerciais, nas relações de consumo, que ultrapassam a regularidade do exercício de comércio e das relações entre fornecedor e consumidor' (NASCIMENTO, 1991, p. 38).



Assim, qualquer desconformidade com os padrões mercadológicos de boa conduta, em relação ao consumidor, configura-se como prática abusiva (BENJAMIM, 1993). Ainda, para Miragem:

O que caracteriza a prática comercial abusiva, no sentido que lhe determina o Código de Defesa do Consumidor, é o fato do exercício do direito pelo fornecedor se constituir, ele mesmo, na ofensa aos direitos subjetivos do consumidor (MIRAGEM, 2004, p. 57).

A prática abusiva do fornecedor se manifesta quando há irregularidades em qualquer momento da negociação nas relações de consumo. Nesse sentido, a prática abusiva, principalmente voltada para a violação da integridade moral do consumidor, pode ocorrer nos momentos pré-contratuais, contratuais e pós-contratuais. Desta forma, a proteção consumerista também deve ser levada em consideração em todos esses momentos:

A proteção da integridade moral do consumidor também deve ser considerada em todas as fases da relação de consumo, seja a pré-contratual, a de execução do contrato, ou após sua extinção, em que remanescem deveres específicos do fornecedor, decorrentes da boa-fé objetiva que deve presidir as relações entre os contratantes (MIRAGEM, 2004, p. 59).

O Código do Consumidor elenca as práticas abusivas em seus artigos 39, 40 e 41. O rol de práticas previstas no artigo 39 é exemplificativo, não sendo taxativa a lei em virtude da mobilidade do fenômeno econômico e, conseqüentemente, das relações de consumo, de modo que várias práticas abusivas podem ser visualizadas no dia-dia mercadológico, sem que estejam exemplificadas no texto legal.

Importante destacar a pertinente observação de Nunes (2005) sobre os artigos 40 e 41 do CDC: “Apenas no art.39 as práticas que se pretendem coibir, e que lá são elencadas exemplificativamente, são mesmo abusivas. O art.40 regula o orçamento e o 41 trata de preços tabelados” (NUNES, 2005, p. 511). Outro aspecto de salutar relevância é o fato de que “a lei tacha a prática de abusiva, portanto, sem que necessariamente, seja preciso constatar algum dano real” (NUNES, 2005, p. 512).

Assim, conforme a doutrina, basta que a conduta abusiva seja praticada para ser caracterizada como prática abusiva reprimida pela lei consumerista, sem que haja a necessidade da constatação de algum dano real.

O artigo 39 do CDC prescreve quais são as práticas abusivas: vendas casadas; recusa de fornecimento; remessa sem solicitação; prevailecimento abusivo; vantagem excessiva; execução de serviços sem orçamento; repasse de informação depreciativa; descumprimento de normas; recusa de venda de bens ou de prestação de serviços; elevação injustificada de preços; aplicação de índice ou fórmula de reajuste; abusos quanto aos prazos.

Dentre tantas práticas abusivas enumeradas pelo artigo 39 do CDC, as que se apresentam comumente como instrumentos de violação do direito à honra do consumidor se encontram em artigos apartados do supracitado, quais sejam, os artigos 42 e 43, que dizem respeito, respectivamente, à cobrança de dívidas abusivas e à negativação indevida de dados do consumidor em bancos de dados e de proteção ao crédito. J. Almeida disserta acerca do tratamento diferenciado dessas práticas:

O Código tratou, em seções autônomas, da cobrança de dívidas e dos bancos de dados e cadastros de consumidores, justificando-se o tratamento destacado em face da relevância atribuída aos temas e da importância de regulamentá-lo minuciosamente (ALMEIDA, J., 2006, p. 127-128).

Covizzi fundamenta a necessidade de regulamentar e coibir as práticas abusivas por meio da normatização positiva:

Essa vedação encontra-se embutida em todos os artigos do Código dedicados à matéria, que juntos priorizam o objetivo de promover efetivamente a defesa e a proteção do consumidor, criando um amplo sistema de prevenção e de repressão às práticas abusivas, destruidoras do patrimônio ideal e permissionárias dos desequilíbrios nas relações econômicas de consumo (COVIZZI, 2003, p.234).

Enfim, cumpre evidenciar e analisar quais as práticas abusivas que servem de instrumentos de violação à honra do consumidor superendividado nas mais diversas fases da relação de consumo. Para isso, será feita a abordagem da publicidade e oferta abusivas de bens ou serviços, sobretudo os serviços de crédito, como instrumentos pré-contratuais que induzem ao superendividamento e, conseqüentemente, à posterior violação da moral do consumidor.

#### 4.4.1.1 A publicidade e oferta abusivas como instrumentos vinculatórios do superendividamento e do possível dano à honra do consumidor

Para garantir a aquisição do crédito, o fornecedor se vale de inúmeras formas de apreender a atenção do consumidor e induzi-lo a consumir. A publicidade na oferta da mercadoria creditícia é a arma capital do fornecedor, por essa razão, deve ser regulamentada e divorciada de práticas consideradas abusivas pela legislação consumerista.

A publicidade enganosa ou abusiva pode ser instrumento concreto de violação à honra do consumidor, devido ao seu conteúdo, e também pode servir de meio vinculatório do superendividamento, em razão da facilidade com que oferece o crédito. Tal facilidade leva o consumidor a se endividar de forma onerosa, e isto pode conduzi-lo ao inadimplemento de suas dívidas e posterior dano à sua imagem, através de sua cobrança abusiva.

A publicidade e a oferta abusivas, como meios geradores do superendividamento, já foram oportunamente analisadas e estudadas em item específico, de modo que cumpre observar, a partir de agora, esses instrumentos como formas de o fornecedor prejudicar o direito à honra do consumidor.

A publicidade enganosa ou abusiva, inclusive, constitui crime contra as relações de consumo. É o que ressaltam os professores Vasconcelos e Brandão:

Constitui crime previsto no artigo 67 do Código de Defesa do Consumidor, cuja pena de detenção é de três meses a um ano e multa. O sujeito ativo desse crime é o profissional que faz ou promove a publicidade enganosa ou abusiva. Trata-se de uma norma penal em branco que se completa com o que dispõe o artigo 37 do mesmo diploma legal, que trata da proibição da publicidade enganosa ou abusiva, identificando ambas (VASCONCELOS; BRANDÃO, 2008, p. 84).

Qualquer anúncio ou oferta que degrida a honra do consumidor endividado ou daquele que não se encontra em situação de endividamento é crime e é regulamentado pelo CDC. Assim sendo, a publicidade abusiva é crime tipificado penalmente e é reprimida pelo Código de Defesa do Consumidor, conforme atesta Eberlin (2008, p. 32): “Essas práticas [...] são formas ‘não convencionais’ de aumentar vendas e serviços”.

Percebe-se que o fornecedor de crédito utiliza-se dessas formas de publicidade abusiva com o *animus* de aumentar a venda de seu produto: o crédito. Entretanto, se a publicidade faz uso de veículos que maculam a moral do consumidor, ela é considerada abusiva por lei, e o fornecedor é sujeito ativo do crime a ela atribuído.

Grinover (2002) descreve como a publicidade afeta os direitos da personalidade, se forem utilizadas como meios de proporcionar ao consumidor um prejuízo ao seu foro íntimo:

Se cada um de nós tivesse que viver sempre sob as luzes da publicidade, acabaríamos todos perdendo as mais genuínas características de nossa personalidade, para nos dissolver no anônimo e no coletivo, como qualquer produto de massa (GRINOVER, 2002, p. 93 *apud* COVIZZI, 2003, p. 43).

Enfim, diante do já exposto sobre a perfeita harmonia da tutela dos direitos da personalidade nas relações privadas, cumpre afirmar que a proteção jurídica à honra do consumidor superendividado é percebida quando se trata ainda do momento pré-contratual da relação de consumo, quer seja, o anúncio do crédito e a abusividade em sua oferta.

É oportuno o estudo dessa proteção à honra do consumidor endividado na fase contratual da aquisição do crédito, sendo imprescindível analisar a tutela oferecida pelo CDC, diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito no momento da contratação creditícia.

#### 4.4.1.2 O contrato de crédito e a proteção consumerista à honra do consumidor superendividado

Na sociedade moderna, de massa, o contrato passou a ter uma nova roupagem: a concepção tradicional na relação contratual foi descartada, pois, nesse cenário, o contrato era instrumento e elo de dois sujeitos em posição de igualdade perante a sociedade, o direito e o mercado.

Hoje em dia, observa-se que, na aquisição do crédito, ou de qualquer outra mercadoria similar, o contrato oferecido ao consumidor já possui uma elaboração antecipada, com cláusulas pré-ajustadas e interesses defendidos unilateralmente.

Constata-se a simples adesão do consumidor aos interesses do fornecedor. É o chamado *contrato de adesão*, que, no ensinamento de Covizzi:

[...] Há quem diga que houve um engessamento nas transações, que passaram a integrar uma economia em escala, instrumentalizada pelos chamados contratos de adesão.

Na sociedade de massa, a empresa. Ou mesmo o Estado, pela sua posição economicamente dominante e pelas suas atividades de produção e de distribuição de bens e serviços, passou a dispor antecipadamente de um esquema contratual oferecido à simples adesão onde são pré-redigidos um complexo uniforme de cláusulas, aplicáveis indistintamente a toda uma série de futuras relações contratuais.

Em vista disso, a sociedade brasileira perdeu o sentido paternalista no trato das relações econômicas, abolindo a individual conceituação das pessoas, para considerá-las um só bloco, sem distinção de qualquer natureza, seja ela intelectual ou econômica (COVIZZI, 2003, p. 14-15).

Diante do novo sistema de adesão ao crédito, resultante da facilidade na aquisição creditícia, que desencadeou muitas frustrações nos pagamentos dos débitos, gerou o superendividamento do consumidor e, por vezes a inadimplência, a lei consumerista despertou para a eminente necessidade de tutela do teor do contrato – combatendo as cláusulas abusivas – e também da capital necessidade de proteção dos direitos da personalidade do consumidor:

A maioria das relações contratuais escapam, hoje, da órbita da livre manifestação, demonstrando uma vocação à preponderância de uma parte sobre outra e, por conseguinte, conseqüências desastrosas aos direitos humanos privados (MARTINS, 2001, p. 151).

Cumprir frisar que o contrato de adesão não só representa aspectos negativos para os direitos fundamentais dos consumidores. Absolutamente. O novo modelo forneceu mais agilidade nas relações de consumo: “[...] Portanto, foi necessária a revisão de toda a teoria contratual para se permitir sua incidência em matéria de consumo” (RODRIGUES, 2006, p. 79).

A honra do consumidor deve ser resguardada quando da aquisição do crédito no momento da contratação, visando à eliminação de práticas abusivas que ensejem na depreciação da moral do consumidor, tanto no momento contratual como no pós-contratual. O teor do contrato de crédito não pode ser recheado de cláusulas que enfrentem os direitos personalíssimos, sobretudo a honra do consumidor, que deve, por força constitucional, ser resguardada em qualquer negociação jurídica,

especialmente quando se trata de uma relação de consumo onde estão envolvidos um ente vulnerável e outro não.

A vulnerabilidade do consumidor é regra legal imposta pelo CDC, de modo que, em se tratando da tutela do direito fundamental à honra, uma espécie de consumidor se apresenta como hipervulnerável em uma contratação de crédito, quer seja: o consumidor idoso, como ressalta Schmitt:

Será, contudo, na seara contratual, que veremos exposta uma intensa vulnerabilidade do consumidor idoso perante o fornecedor, daí falarmos em 'hipervulnerabilidade' como paradigma a ser adotado na proteção do indivíduo mais fragilizado (SCHIMITT, 2005, p. 151).

O consumidor idoso, vista sua vulnerabilidade exacerbada, é ente exposto às abusividades do fornecedor de crédito e, por assim ser, necessita da pontual atenção do legislador na tutela dos seus direitos patrimoniais e extrapatrimoniais (personalíssimos), tendo em vista que o idoso é tutelado pelo CDC, de forma específica, no artigo 39 do diploma legal.

Os empréstimos consignados em folha para aposentados e pensionistas se configuram como a maior abusividade do fornecedor de crédito diante do consumidor idoso. As instituições financeiras agem, na maioria das vezes, de má-fé, tentando exonerar o idoso de forma exagerada, levando-o ao superendividamento e, conseqüentemente, ao prejuízo de sua honra perante a sociedade, pois, em seguida, a cobrança que é feita pelos credores é contaminada da abusividade de tal forma que macula a moral do consumidor idoso.

Enfim, o contrato de crédito é meio eficaz de aquisição creditícia para o consumidor, entretanto, quando esse contrato evidencia meios eficientes que violam os direitos fundamentais do consumidor, apresenta-se maculado pelas práticas abusivas utilizadas pelo fornecedor em detrimento do consumidor.

#### 4.4.1.3 A cobrança abusiva de dívidas e a tutela à honra do consumidor: aspectos legais da matéria

Como já mencionado, o artigo 42 do CDC preconiza o modo civilizado do credor cobrar suas dívidas do devedor. Eis o teor da norma:

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único: O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipóteses de engano justificável (BRASIL, 1989).

O artigo 71 do mesmo diploma legal correlaciona o artigo 42 ao crime em que incorre o fornecedor que descumpra a norma. Importante perceber que o teor do artigo 71 é mais amplo e discorre sobre as ações proibidas do fornecedor quando da cobrança de dívidas:

Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaças, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas, incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:

Pena – Detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano e multa (BRASIL, 1989).

Percebe-se que a tutela prevista nos artigos supramencionados é voltada para a defesa dos direitos fundamentais do consumidor, especificamente, de sua honra, mediante a cobrança de uma dívida. Enfatiza-se que a lei não perpetrou nenhum exagero na tutela da honra do consumidor. Absolutamente. O CDC foi feliz quando destacou a importância de se proteger os direitos personalíssimos do consumidor perante em relação de consumo.

Ademais, a ação de cobrança do credor também não restou prejudicada, visto a lei reprime o abuso do direito de cobrar, e não simplesmente o direito legal da cobrança. A respeito desse aspecto, Covizzi reflete:

Por essas razões, a atuação do credor despida do direito de ação e isenta do devido processo legal, ante o princípio da legalidade é ilegítima, pois a ninguém é dada a autonomia de por seus próprios meios realizar direitos e por sua auto deliberação, ofender direitos alheios (COVIZZI, 2003, p. 34).

Nesse diapasão, observa-se que quando a norma penal preconiza a expressão “qualquer outro procedimento”, ela não exclui os procedimentos legais permitidos e protegidos por lei para a cobrança de dívidas, conforme discorre Nunes:

Ser devedor de alguém, por si só, já implica uma situação de ridículo – pelo menos para a maioria das pessoas. Ser cobrado por essa dívida, quer seja

por carta ou telefone, constrange, também, a maior parte dos consumidores. E sofrer a 'ameaça' de que será movida ação judicial para a cobrança do débito não é, necessariamente, caracterização de alguma ilegalidade. É preciso, pois, entender o sistema instituído.

Em primeiro lugar, é necessário consignar que as normas que proíbem a cobrança abusiva são corolários da garantia constitucional da inviolabilidade da vida privada, honra e imagem das pessoas. As normas infraconstitucionais que regulam a cobrança têm de estar em consonância com esses princípios constitucionais.

Claro que o direito de propriedade é, também, uma garantia constitucional (art. 5, XII), o que permite que a legislação infraconstitucional, por sua vez, garanta o direito de o credor cobrar seu crédito (NUNES, 2005, p. 540).

J. Almeida (2006) leciona que o CDC, consciente das abusividades cometidas pelos fornecedores, em detrimento da dignidade dos devedores, na cobrança de dívidas, procurou “fazer com que o exercício regular do direito do credor se compreenda dentro dos limites legais, não os extrapolando para atingir contornos abusivos” (ALMEIDA, J., 2006, p. 128).

Enfim, a lei não procurou obstar o direito de cobrança do credor, mas, sim, os métodos utilizados nessa cobrança, que atingem os direitos fundamentais do consumidor enquanto ser humano. A preocupação é tamanha com a defesa dos interesses personalíssimos do consumidor que o descumprimento da regra do artigo 42 importa em sanção penal, prevista no artigo 71, e em sanções administrativas ao fornecedor, previstas no artigo 56 do mesmo diploma legal. Assim, aquilo que caracteriza o caráter abusivo da conduta do fornecedor na cobrança do consumidor inadimplente e por vezes, superendividado, é o fato de o primeiro utilizar conduta violadora da integridade moral do segundo (MIRAGEM, 2004).

L. Almeida (2005, p. 166) preconiza que, além da violação da integridade moral do consumidor, a cobrança abusiva de dívidas “feita pelo fornecedor não deixa de ser uma violação ao dever de atendimento à teoria da qualidade”.

Além de o consumidor estar em situação de superendividamento, muitas vezes gerada por práticas abusivas do fornecedor de crédito, encontrar-se momentaneamente em inadimplência, ser alvo da violação de sua honra e integridade moral quando da cobrança abusiva, essa prática, efetuada, sobretudo, no mercado de crédito, viola também os princípios mercadológicos. Assim, prejudica o mercado, visto que um consumidor que sofre abuso de cobrança, dificilmente retornará para o fornecedor que lhe agrediu.



Covizzi suscita uma questão de suprema relevância na matéria de cobrança de dívidas – a participação dos serviços de proteção ao crédito na cobrança de dívidas e na violação da honra do consumidor:

O fato de uma pessoa ter em mãos um documento revestido de liquidez, certeza e exigibilidade, ao qual foi negado cumprimento, não a autoriza a divulgar que o obrigado é um mal pagador, e nem muito menos submetê-lo às conseqüências provocadas pelos serviços de proteção ao crédito para mais rapidamente conseguir o intento desejado, que sabidamente é a cobrança da dívida (COVIZZI, 2003, p. 31).

Miragem discorre acerca do tema:

A mesma regra de preservação da integridade moral do consumidor vai ser observada quando o Código regulamenta a forma de cobrança de dívidas, ou mesmo as regras de inscrição do consumidor em cadastros de consumidor, a priori, para fins lícitos (MIRAGEM, 2004, p. 57).

A cobrança abusiva de dívidas também é percebida quando da má-intenção do fornecedor em inscrever o consumidor em cadastros de proteção ao crédito, objetivando burlar a real finalidade desse instrumento, originalmente criado como forma de proteger o crédito no mercado.

O fornecedor se utiliza dos serviços de proteção ao crédito com o intuito de cobrar sua dívida por meio de práticas ilegais e abusivas, desprezando os meios judiciais e extrajudiciais, permitidos por lei, para a cobrança. Essa situação é uma das maiores responsáveis pela violação da honra do consumidor pelo fornecedor, segundo Covizzi:

O desvio de finalidade do direito se verifica sempre que o agente ultrapassa os limites da sua atuação, principalmente quando se descompromissar da subordinação da pretensão ao Poder Judiciário, para buscar, por outros caminhos uma solução que julgue mais satisfatória e mais eficiente. É o caso típico, por exemplo, quando o credor, por atuação própria, ao invés de exercer regularmente o seu direito – o direito de ação – para o recebimento de seu crédito, prefere negativar o nome do devedor nos serviços de proteção ao crédito, para dessa forma alcançar mais rapidamente o seu objetivo, a cobrança da dívida (COVIZZI, 2003, p. 36).

A cobrança abusiva de dívidas é aquela preconizada pelo artigo 42 do CDC e tutelada penalmente pelo artigo 71 do mesmo diploma legal, reprimindo a ameaça, coação, constrangimento físico e moral, dentre outras ações defesas por lei. Entretanto, percebe-se, na prática da relação consumerista, que os fornecedores desviaram a inata finalidade dos serviços de proteção ao crédito, com o intuito de

cobrar a dívida do consumidor por meio da negativação de seu nome no cadastro dos inadimplentes, com o *animus* de constranger moralmente o consumidor, violando sua honra e, com isso, conseguir cobrar sua dívida.

Essa situação não é legítima e enseja uma colisão de direitos. Os direitos da personalidade do consumidor se enfrentam com o direito de propriedade do credor, como defende a doutrina:

O direito do credor para o recebimento do seu crédito através dos serviços restritivos, e, conjugadamente, alijar o devedor do mercado de consumo enquanto permanecer negativado nesses serviços; e os direitos do devedor, constitucionalmente assegurados pela inviolabilidade dos direitos personalíssimos (honra, intimidade, privacidade e imagem) e pelo exercício do devido processo legal contemplado pelo contraditório e ampla defesa. Agora pergunta-se: qual deles é preferencialmente protegido? (COVIZZI, 2003, p. 37).

Ao credor, é defeso abdicar de seu direito de cobrar o devedor pelas vias legais e violar sua honra por meio da cobrança abusiva, principalmente quando essa cobrança é realizada através do desvio de finalidade dos bancos de dados de proteção ao crédito.

Esse aspecto será tratado no item a seguir.

#### 4.4.1.4 Os bancos de dados e cadastros: o desvio de finalidade dos serviços de proteção ao crédito e sua configuração como instrumentos denegatórios da honra do consumidor superendividado e inadimplente

Os bancos de dados e cadastros dos consumidores são regulados pelos artigos 43 e 44 do CDC. Não se discute o direito dos fornecedores em se organizarem na defesa de seus interesses, e esse aspecto é inclusive tutelado pela lei. A discussão encontra seu objeto quando da utilização dos serviços de proteção ao crédito como forma de cobrança abusiva de dívidas e, conseqüentemente, como espécie de prática abusiva, muito empregada pelos fornecedores de crédito.

Nesse diapasão, não pode existir a colisão de direitos – acima mencionada – na defesa dos interesses dos fornecedores e na cobrança das dívidas dos consumidores. A legislação aboliu qualquer violação dos direitos dos consumidores,

preconizando diversos requisitos necessários para a negativação do consumidor em serviços de proteção ao crédito.

A partir da análise das normas específicas que versam sobre os bancos de dados (art. 43 e 44 do CDC), observam-se as seguintes preocupações do legislador com a integridade moral do consumidor:

- a) O *caput* do artigo 43 é incisivo quando estabelece que é permitido o acesso dos consumidores a respeito de informações sobre eles, inclusive das respectivas fontes.
- b) Os cadastros de dados devem ser transparentes e não podem conter dados referentes a período superior a cinco anos. A verdade deve ser restabelecida quando os consumidores encontrarem erros em seus dados, devendo o serviço de proteção ao crédito informar aos destinatários sobre informações incorretas em até cinco dias úteis.
- c) O consumidor deve receber uma comunicação por escrito de registro realizado sem seu conhecimento. No que tange à prescrição dessas informações, prescrita a dívida do consumidor, os serviços de proteção ao crédito ficam proibidos de fornecer quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito do consumidor frente os fornecedores.
- d) Finalmente, por força legal, foi dado caráter público a esse tipo de cadastro de dados dos consumidores.

Enfim, a lei consumerista tutela de forma eficaz qualquer abuso por parte do fornecedor quando da negativação do consumidor, protegendo os direitos fundamentais, especialmente a honra e a integridade moral, diante do cadastro de dados negativos nos serviços de proteção ao crédito.

Entretanto, visualiza-se, diante da mobilidade do fenômeno econômico, o desvio de finalidade dos serviços de proteção ao crédito, que se tornam instrumentos de coação e violação da honra do consumidor quando da cobrança de dívidas. Em outras palavras, o fornecedor de crédito renuncia as formas legais de cobrar seu crédito de maneira digna e opta, ilegalmente, por cobrá-lo utilizando-se dos serviços de proteção ao crédito, constrangendo o consumidor, pelo fato de atentar e violar sua honra perante a sociedade. Nas palavras do doutrinador:

Hoje, o banco de dados mantido por esses serviços tem uma inequívoca significação pejorativa e ao invés de cumprir o papel de informar, passou a atuar como espécie de armazenador de dados pessoais conceituadamente degenerados. É o que as pessoas nele inscritas levam a pecha de negativadas, inadimplentes, caloteiras, ímprobos, relapsas, etc. (COVIZZI, 2003, p. 41).

Percebe-se que esses serviços têm valido muito mais para fundamentar a cobrança abusiva de dívidas, por meio das informações que neles contêm, do que para a real finalidade para o qual foram criados, quer seja, servir de proteção aos fornecedores contra maus pagadores.

Diante dessa realidade, a depreciação dos direitos personalíssimos ganha um novo “alcoz”: os serviços de proteção ao crédito. Dentre esses serviços, destacam-se as informações contidas no SPC e na SERASA. A doutrina é unânime com respeito ao prejuízo à honra do consumidor, quando a finalidade desses serviços de proteção ao crédito é desviada:

Honra e reputação pessoal estão intrinsecamente ligadas. Assim, quando um consumidor vê-se tolhido na realização de determinado negócio devido à inscrição indevida de seu CPF no Serasa, resta evidenciada a violação à honra daquele consumidor e atingida sua reputação, pois, a inscrição em órgãos de restrição creditícia não pode ser utilizada como meio coativo a saldar eventual débito que seja objeto, por exemplo, de litígio. O elevado número de ações indenizatórias de caráter consumerista demonstra que os fornecedores brasileiros ainda não se adequaram às diretrizes da lei (BOLSON, 2004, p. 148).

Os bancos de dados e cadastros são meios eficazes da proteção ao crédito. Entretanto, quando passam a assumir função desviada de sua finalidade, violando os direitos dos consumidores, sobretudo os fundamentais e personalíssimos, como a honra, tanto a doutrina quanto a jurisprudência se posicionam a respeito:

Embora a doutrina jurídica reconheça que os bancos de dados constituem um dos pilares para o mercado de crédito e de consumo em uma economia, suas atenções voltam-se principalmente para as salvaguardas necessárias para garantir que esse fluxo de informações seja seguro e não fira os direitos dos consumidores. Enquanto o desenvolvimento tecnológico reduziu sobremaneira os custos de coleta e disseminação de informações pelos bancos de dados, a preocupação com o potencial caráter invasivo dessas entidades incentivou a elaboração de dispositivos legais destinados a proteger os cidadãos contra possíveis abusos em diversos países (BADIN; SANTOS; DAMASO, 2007, p. 20).

A molestação, o incômodo e o vexame social, decorrentes de protesto cambial indevido ou pelo registro do nome da pessoa no SPC, constituem causa eficiente que determina a obrigação de indenizar, por dano moral, mesmo quando não representem efetivo dano moral (BRASIL, 1993 *apud* COVIZZI, 2003, p. 134).

Indenização – Dano Moral – Promitente vendedora que remete os nomes de compromissários compradores de unidades habitacionais para constar do SPC – Pendência da ação proposta pelos compromissários compradores visando discutir as cláusulas e preços dos contratos – Falta dessa informação ao cadastro – Verba devida. (BRASIL, 1995 *apud* COVIZZI, 2003, p. 140).

A inclusão do nome de alguém no depreciativo rol de 'clientes negativos', notadamente se injustificada, causa-lhe indiscutível dano moral, com inevitável reflexo de ordem patrimonial passível de indenização (BRASIL, 1984 *apud* COVIZZI, 2003, p. 145).

Diante do exposto, resta comprovado que os serviços de proteção ao crédito não podem, absolutamente, servir de instrumento de cobrança de dívidas, disponibilizando as informações contidas nos seus bancos de dados e cadastros de consumidores aos fornecedores, que pretendem utilizá-las para pressionar o consumidor a pagar o débito, ou que simplesmente querem negativá-lo, com o intuito único de cobrar-lhe a dívida através de condutas abusivas.

Cunha preconiza, ainda, a prática comum de inserção de dados referentes às ações judiciais que versam sobre o consumidor nos bancos de dados e cadastros:

Neste momento, já nos deparamos com a total intolerância do sistema às práticas que vêm sendo adotadas quanto à inclusão no banco de dados, de informações breves quanto às ações judiciais, que tenham por objeto a discussão das dívidas dos consumidores, impedindo-os, por isso, do ato do crédito, em momento de aquisição de bens, produtos ou serviços (CUNHA, 2007, p.6).

Nesse sentido, importa ressaltar que os serviços de proteção ao crédito são instrumentos assecuratórios da proteção do fornecedor, contudo, quando a finalidade original desses institutos é desviada, passam a ser meios eficazes da realização de práticas abusivas do fornecedor contra o consumidor. No que diz respeito ao consumidor de crédito, o seu bem mais profundamente atingido, quando da utilização do fornecedor de condutas abusivas, é o direito fundamental e personalíssimo da honra da pessoa humana.

Enfim, diante das minúcias que versam sobre o tema, não se pode afirmar que a tutela dos direitos fundamentais do consumidor diz respeito apenas à defesa subjetiva do cidadão contra o Estado. Absolutamente. O direito do consumidor se constitui como uma das formas de intervenção do Estado na defesa dos interesses e direitos personalíssimos dos consumidores, que, revestidos do manto do consumo, encontram-se em situação de fragilidade na relação consumerista.

Bolson enfatiza:

De outra parte, se a honra é um dos atributos mais caros à pessoa humana, vilipendiar esse atributo com atos que trarão reflexos negativos à vida do consumidor denota um desapego a mais comezinha das regras do mercado (BOLSON, 2004, p. 148).

A regra do mercado que a autora destaca acima é a de que um consumidor que é respeitado retorna ao seu fornecedor e ainda se transforma em meio de publicidade das qualidades do mesmo. Assim, o mercado, a sociedade, o fornecedor, o consumidor, o Estado e a economia ganham com a tutela à honra do consumidor, principalmente se este é respeitado em uma situação delicada de sua vida: o superendividamento.

Nas palavras de Schimdt Neto:

Isto demonstra que mais que um problema jurídico, o endividamento excessivo é uma questão de saúde pública que afeta a vida das pessoas ditas 'falidas', de modo a comprometer sua dignidade enquanto ser humano, pois o fenômeno afeta a auto-estima e a confiança na gestão da vida familiar, provocando quadros de depressão que são causa e consequência da ruína da vida privada do indivíduo superendividado (SCHMIDT NETO, 2009, p. 30).

A doutrina preconiza, em sucintas palavras, a essência da proteção jurídica à honra do consumidor diante das condutas abusivas do fornecedor:

O caráter invasivo das técnicas da comunicação, informação, produção e circulação de bens, publicidade... é que tem motivado com maior intensidade lesões a direitos da personalidade, sobretudo no âmbito das relações de consumo. Em face da multiplicidade de formas de contrato consumerista, entre consumidor e fornecedor/prestador, uma série de lesões podem dar ensejo à invasão do terreno dos direitos da personalidade (cobrança vexatória; acusação injusta de roubo ou furto; disparo indevido de alarme de segurança em estabelecimento comercial; inclusão de nome no SPC; atendimento discriminatório, [...] entre outras hipóteses (CASADO, 2000, p. 185).

No decorrer deste trabalho, procurou-se analisar a situação da tutela da honra do consumidor superendividado diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito, elevando a preocupação do Direito ao fenômeno social do superendividamento e ao tratamento dado pelos fornecedores de crédito ao consumidor maculado por essa realidade bastante presente na sociedade brasileira, mas ainda omissa no teor dos textos legais.

Enfim, os fatores utilizados desde a concessão do crédito até a fase de sua cobrança são instrumentos importantes na luta pela defesa dos direitos personalíssimos do consumidor, tendo em vista que a honra da pessoa humana é a porta de entrada para a sua dignidade perante o meio social em que convive. Por assim ser, deve o Direito resguardar esse bem em qualquer situação da vida do ser humano, principalmente quando este se vê na figura de um consumidor vulnerável às práticas abusivas cometidas pelos tiranos do mercado.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proteção jurídica pontual do consumidor se configura como uma das formas de intervenção do Estado na economia, um instrumento eficaz na luta pelo equilíbrio socioeconômico do binômio consumidor-fornecedor. Assim sendo, o Direito do Consumidor emerge no ordenamento jurídico brasileiro como detentor da tutela dos direitos do consumidor, sejam eles patrimoniais ou extrapatrimoniais.

No atual cenário do mercado de consumo, percebe-se que o consumidor sofre violação de seus direitos em diversas searas da negociação com o fornecedor. Diante de tal realidade, a legislação consumerista não pode ser omissa em regulamentar a relação de consumo, uma vez que esta é dinâmica e presente na vida da maioria da população, visto que o consumo é a mola propulsora da economia e da sociedade.

Nesse contexto, o crédito é o produto de maior circulação no mercado, uma vez que a facilidade na sua aquisição e o *status* social por ele fornecido ao consumidor são atrativos para sua contratação, seja em situações de extrema necessidade, ou não.

Como conseqüência do consumo desmedido do crédito, visualiza-se o fenômeno do superendividamento, passando o consumidor a não possuir meios necessários para o pagamento de suas dívidas, ou se os possuem, encontram-se esgotados, e isso leva o devedor a saldar suas dívidas de forma sufocante.

Diante de todo o exposto, conclui-se que o ordenamento jurídico brasileiro não possui legislação específica regulamentadora do crédito nem do superendividamento, devendo-se curvar à necessidade emergente da elaboração de norma legal específica das matérias, visto que a normatização legislativa do crédito e do superendividamento refletem na própria tutela jurídica ao consumidor que se encontra em estado de endividamento excessivo.

Outro reflexo da regulamentação do combate pontual do crédito e do fenômeno social do superendividamento é, sem dúvida, a diminuição no índice da inadimplência do consumidor, que, nos dias atuais, tornou-se um estigma nas diversas áreas da vida íntima e social do consumidor. Importante ressaltar que o direito do consumidor inadimplente é previsto e regulado pela Lei 8.078/90, entretanto, a inadimplência é, de fato, consequência mediata do



superendividamento, gerando o ensejo de condutas abusivas por parte do fornecedor de crédito, quando se depara com o não pagamento da dívida do consumidor.

Nesse diapasão, observa-se que o bem mais atingido do consumidor, quando da prática de ações abusivas do fornecedor, é a honra do mesmo, preconizado constitucionalmente como um direito fundamental, personalíssimo e inatingível. A tutela dos bens extrapatrimoniais é dever do Estado e é assegurada pela Constituição Federal, sendo perfeitamente compatibilizada a proteção dos direitos fundamentais da pessoa humana numa relação de consumo.

Por essa razão, o CDC tutela de forma implícita a honra do consumidor e reprime expressamente as condutas abusivas do fornecedor, sendo instrumento eficaz na tutela aos direitos personalíssimos do mesmo. Entretanto, percebe-se, por meio da doutrina e das decisões jurisprudenciais, que a matéria é detentora de profundidade e emergência na defesa dos interesses dos consumidores de crédito que sofrem do mal do superendividamento e que são alvos de constantes violações aos seus direitos fundamentais.

A problemática deste trabalho é instigante e influencia os operadores do Direito à necessidade da proteção dos consumidores que são acometidos do mal do superendividamento e se tornam vítimas das práticas abusivas cometidas pelos fornecedores.

Por fim, evidenciam-se situações novas da constatação da vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor numa relação de consumo, desde a influência de fatores psicológicos na aquisição de bens e serviços por parte dos consumidores; a facilidade do crédito como um dos pressupostos do superendividamento; a aquisição creditícia com a única finalidade de ascender socialmente, por força da publicidade abusiva do fornecedor de crédito; a presença constante do superendividamento na vida econômica e social dos consumidores; a violação da honra do consumidor numa relação essencialmente patrimonial, com é vista uma relação de consumo, enfim, restando concluir que a proteção jurídica à honra do consumidor superendividado diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito é alvo da tutela do CDC, e, principalmente, matéria de extrema importância tanto na futura elaboração de norma regulamentadora quanto ao estímulo da busca incessante pela justiça social e econômica.

## REFERÊNCIAS

AFFORNALLI, Maria Cecília Naréssi Munhoz. **Direito à Própria Imagem**. 5. ed. São Paulo: Juruá, 2008.

ALMEIDA, João Batista. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ALMEIDA, Luiz Cláudio Carvalho de. A repetição do indébito em dobro no caso de cobrança indevida de dívida oriunda de relação de consumo como hipótese de aplicação dos *punitive damages* no direito brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.54, p.161-171, abr./jun. 2005.

AZEVEDO, Marta Britto de. O consumidor consciente: liberdade de escolha e segurança. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.67, p.197-214, jul./set. 2008.

BADIN, Arthur; SANTOS, Bruno Carazza dos; DAMASO, Otávio Ribeiro. Os bancos de dados de proteção ao crédito, o CDC e o PL 5.870/2005: comentários sobre direito e economia. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.61, p.11-39, jan./mar. 2007.

BAGNOLI, Vicente. **Direito Econômico**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BATTELLO, Silvio Javier. A (in)justiça dos endividados brasileiros: uma análise evolutiva. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. Crimes de consumo no Código de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.3, p.15-36, set./dez. 1993.

BERTI, Silma Mendes. O Código de Defesa do Consumidor e a proteção dos Direitos da Personalidade. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.23-24, p.157-163, jul./dez. 1997.

BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz; LIMA, Larissa Costa de. Conciliação aplicada ao superendividamento: estudo de casos. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.52, p.106-141, jul./set. 2009.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor: análise crítica da relação de consumo**. Brasília: Brasília Jurídica, 2007.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos da Personalidade**. 2 ed. São Paulo: Forense Universitária, 1995.

BOLSON, Simone Hegele. Direitos da personalidade do consumidor e a cláusula geral de tutela da dignidade da pessoa humana. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.52, p.131-160, out./dez. 2004.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**. 11 ed. São Paulo: Malheiros, 2001.

BRANCO, Gerson Luiz Carlos. Cédula de crédito bancário: estrutura e funcionalidade. . **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.68, p.115-145, out./dez. 2008.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, Assembléia Nacional Constituinte, 05 de outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/Constituição.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Constituição.htm)>. Acesso em: 01 de maio de 2009.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça de São Paulo. Acórdão n.º 198945-7, Rel. César Peluso, TJSP, data de 1994.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça de Minas Gerais. Ap. n. 63.756, 2, da Câm. Civ., Rel. Márcio Sollero, TJMG, 16 de outubro de 1984. In: COVIZZI, Carlos Adroaldo Ramos. **Práticas abusivas da Seara e do SPC**. 3 ed. São Paulo: Edipro, 2003a.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Ap. 193.178.712, Ac. Unâni. 3 Câm. Civ., Rel. Luiz Otávio, TJRS, 24 de novembro de 1993. In: COVIZZI, Carlos Adroaldo Ramos. **Práticas abusivas da Seara e do SPC**. 3 ed. São Paulo: Edipro, 2003b.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça de São Paulo. Ap. n. 254.356-2/0, 14 Câm. Civ., Rel. Ruitier Oliva, TJSP, 21 de março de 1995. In: COVIZZI, Carlos Adroaldo Ramos. **Práticas abusivas da Seara e do SPC**. 3 ed. São Paulo: Edipro, 2003c.

\_\_\_\_\_. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. In: OLIVEIRA JUNIOR, Arnaldo (org.). **Vade Mecum**. 2008. Belo Horizonte. Mandamentos, 2008a.

\_\_\_\_\_, Lei n.10.046, de 10 janeiro de 2002. Institui o Código Civil. In: OLIVEIRA JUNIOR, Arnaldo (org.). **Vade Mecum**. 2008. Belo Horizonte. Mandamentos, 2008.

CARPENA, Heloísa. Uma lei para os consumidores superendividados. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.61, p.76-89, jan./mar. 2007.

CASADO, Márcio Mello. Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobreendividamento no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.33, p.130-142, jan./mar. 2000.

CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividamento: referências no Brasil. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

CEZAR, Fernanda Moreira. O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.63, p.131-163, jul./set. 2007.

COSTA, Geraldo de Farias Martins. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

COVIZZI, Carlos Adroaldo Ramos. **Práticas abusivas da Seara e do SPC**. 3 ed. São Paulo: Edipro, 2003.

CUNHA, Belinda Pereira da. **Critério científico para identificar a obrigatória aplicação do CDC**. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.saraivajru.com.br>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2009.

\_\_\_\_\_. **Dignidade da pessoa humana e proteção ao consumidor: a questão da inserção dos dados dos distribuidores judiciários no cadastro de consumo**. São Paulo, 2007, disponível em <<http://www.saraivajru.com.br>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2009.

DUQUE, Marcelo Schenk. Os direitos fundamentais sob a perspectiva de um contrato de garantia: breves considerações. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.65, p.163-191, jan/mar, 2008.

EBERLIN, Fernando Buscher Von Teschenhausen. Responsabilidade dos fornecedores pelos danos decorrentes dos riscos do desenvolvimento: análise sob a ótica dos princípios gerais da atividade econômica. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.64, p.10-42, out/dez, 2007.

\_\_\_\_\_, O concorrente como consumidor equiparado: proteção ao consumidor contra práticas abusivas por meio do diálogo entre o CDC e as normas concorrenciais. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.66, p.09-35, abr/jun, 2008.

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. **Curso de Direito Constitucional**. 34 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

\_\_\_\_\_. **Manual de Direitos do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2007.

FONSECA, João Bosco Leopoldino da. **Direito Econômico**. São Paulo: Forense, 2007.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

GAULIA, Cristina Tereza. O abuso de direito na concessão de crédito: o risco do empreendimento financeiro na era do hiperconsumo. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.71, p.34-64, jul/set, 2009.

GEBRAN NETO, João Pedro. **A Aplicação Imediata dos Direitos e Garantias Individuais**. São Paulo; Editora Revista dos Tribunais, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996

\_\_\_\_\_, **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIANCOLI, Bruno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008.

GUERRA, Sidney. **Direitos Humanos na ordem jurídica internacional e reflexos na ordem constitucional brasileira**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

KILBORN, Jason. J. Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor: buscando as causas e avaliando soluções. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

KIRCHNER, Felipe. Os novos fatores teóricos de imputação e concretização do tratamento do superendividamento de pessoas físicas. . **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.65, p.63-113, jan./mar. 2008.

LEITÃO MARQUES, Maria Manoel. **O Endividamento dos Consumidores**. Coimbra: Almedina, 2000.

LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – uma problemática geral. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.17, p.57-64, jan./mar. 1996.

LÓPEZ, Vicente Gozalo. El sobreendeudamiento y La protección de los consumidores em El concurso de acreedores em España: uma regulación fallida. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.69, p.140-159, 2009.

MARINONI, Luiz Guilherme. A tutela específica do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.50, p. 120-139, 2004.

MARQUES, Cláudia Lima. Direitos básicos do Consumidor na sociedade pós-moderna de serviços: o aparecimento de um sujeito novo e a realização de seus direitos. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.35, p. 161-196, abr./jun. 2000.

\_\_\_\_\_, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 4ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

MARTINS, Fernando Rodrigues. Direitos humanos fundamentais e relações jurídicas contratuais. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.58, p. 55-74, abr./jun. 2006.

\_\_\_\_\_, Direitos humanos do devedor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.39, p. 147-157, jul./set. 2001.

MARTINS, Ivan. **Atalho para o futuro**. Época, Rio de Janeiro, n.544, p.48-50, out. 2008.

MIRAGEM, Bruno. Os direitos da personalidade e os direitos do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.49, p. 40-76, jan./mar. 2004

\_\_\_\_\_. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

MOURA, Walter José Fajad de; BESSA, Leonardo Roscoe. Impressões atuais sobre o superendividamento: sobre a 7ª Conferência Internacional de Serviços Financeiros e reflexões para a situação brasileira. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.65, p. 145-162, jan./mar. 2008.

NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro. **Comentários ao Código do Consumidor**. Rio de Janeiro: Aide, 1991.

NOGUEIRA, Alberto. **A reconstrução dos Direitos Humanos da tributação**. Rio de Janeiro: Renovar, 1997.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2007.

OLIVEIRA, José Alcebiades de Júnior. Casos difíceis, direitos dos consumidores e direitos fundamentais – considerações sobre um caso exemplar. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.59, p. 62-77, jul./set. 2006.

PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 1º. 08. 2003 sobre a cidade e a renovação urbana. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

PEREIRA, Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

PINHEIRO, Roberto Meireles; CASTRO, Guilherme Caldas; SILVA, Helder Haddad; NUNES, José Mauro Gonçalves. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. 3 ed. São Paulo: FGV Editora, 2008.

REINALDO, Anne Augusta Alencar Leite; BELO, Duina Porto. A queda de Wall Street, a crise financeira e a regulação dos mercados. **Revista da Fesp**. João Pessoa, n.5, p.81-90, abril de 2009.

RODRIGUES, Geisa de Assis. A proteção ao consumidor como um direito fundamental. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.58, p. 77-97, abr./jun. 2006.

SCHMITT, Cristiano Heineck. A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.70, p. 139-171, abr./jun. 2009.

SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.71, p. 09-33, jul./set. 2009.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 24 ed. São Paulo: Malheiros, 2004.

\_\_\_\_\_. **Comentário Contextual à Constituição**. São Paulo: Malheiros, 2007.

SOLOMON, M. **Comportamento do Consumidor**. 5 ed. Porto Alegre, Bookman, 2002.

TAVARES, André Ramos. **Direito Constitucional Econômico**. São Paulo: Método, 2006.

\_\_\_\_\_. **Curso de Direito Constitucional**. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

TEIXEIRA, Sálvio de Figueiredo. A proteção ao consumidor no sistema jurídico brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.60, p.7-36, out./dez. 2006.

TEPEDINO, Gustavo. **A Parte Geral do Novo Código Civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de. **Responsabilidade do profissional liberal nas relações de consumo**. 2 ed. Curitiba: Juruá, 2007.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de; BRANDÃO, Fernanda Holanda de Vasconcelos. **Direito do Consumidor e Responsabilidade Civil**. Perguntas e respostas. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2008.