

O CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO: IDENTIFICAÇÃO E LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

Juliano Miqueletti Soncin¹

RESUMO: O presente artigo tem como foco principal apresentar a proteção e a defesa do consumidor assumira um papel importante na sociedade de consumo. Da mesma forma, os serviços de crédito tornaram-se essenciais na vida social contemporânea, sendo difícil imaginar o transcurso normal da vida de milhões e milhões de pessoas sem o acesso a tais serviços. Dessa forma, essa expansão do mercado de consumo, apresenta o fenômeno pela ótica do sistema subjetivo de projeção onde o consumidor não é livre e racional no ato de consumo, mas sim iludido pela possibilidade de ascensão social imediata com a alienação de seu trabalho futuro, tornando-se extremamente vulnerável o adquirente do crédito. Dessa maneira, existe atualmente uma nova categoria de consumidor: os superendividados. O crédito, como recurso ao acesso a serviços e produtos pode se transformar numa forma de exclusão social do mercado de consumo. Então, faz-se necessária uma tutela jurídica específica para equilibrar as relações em situação de superendividamento de fazer face a suas dificuldades.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura do endividamento – Consumidor – Superendividamento.

Abstract: This article focuses primarily on the present protection and consumer protection assumed an important role in consumer society. Similarly, credit services have become essential in contemporary social life, hard to imagine normal course of millions of lives and millions of people without access to such services. Thus, this expansion of the consumer market, presents the phenomenon from the perspective of the subjective projection system where the consumer is not free and rational in the act of consumption, but deceived by the possibility of immediate upward mobility from the sale of his future work, making it extremely vulnerable to credit the purchaser. Thus, there is now a new consumer category: the overindebted. The credit as a resource to access to services and products can become a form of social exclusion of the consumer market. Then, a specific legal protection to balance relations in indebtedness situation to address it is necessary to their difficulties.

Key Words: Debt culture - Consumer - overindebtedness.

INTRODUÇÃO

A proteção jurídica ao consumidor surgiu e desenvolveu-se para atender às grandes transformações socioeconômicas do século XX. O surgimento da sociedade de consumo é configurada pela massificação da produção e da oferta de bens e serviços ao mercado que, acompanhado de uma gigantesca avalanche publicitária, influencia no dia a dia do indivíduo de modo a padronizar os costumes e gerar cada vez mais necessidades para os consumidores.

¹ Mestrando em Direito pela Unicesumar. Especialista em Civil e Processo Civil pelo Instituto Paranaense de Ensino. Advogado e Professor da Faculdade Cidade Verde – FCV. Membro da Comissão de Educação Jurídica da OAB/PR. Endereço eletrônico: <gwj.juliano@hotmail.com>

Dessa forma, o aumento desmedido do volume de contratos celebrados impôs a aplicação de técnicas de contratação massiva pelos fornecedores. Os contratos se tornaram padronizados, sendo postos à simples adesão dos consumidores, parte notoriamente frágil da relação de consumo.

De outro vértice, despontou como condição essencial para a vida na sociedade de consumo o acesso ao crédito que, de forma efetiva, só pode operar no mercado de consumo aquele que dispõe de recursos financeiros. O crédito constitui elemento indispensável para a aquisição de produtos e uso da prestação de serviços.

Neste contexto, os fornecedores de crédito assumiram um papel importante, uma vez que são eles que detêm o crédito. Tem-se de um lado, estes fornecedores com forte poder econômico e, do outro lado, os consumidores vulneráveis e débeis, que com eles contratam quase compulsoriamente, agindo para suprir necessidades reais ou criadas.

Esta situação de desequilíbrio despertou a atenção dos estudiosos do direito, que passaram a requerer por uma tutela jurídica específica para restabelecer o necessário equilíbrio das relações de consumo. Esse esforço por parte dos estudiosos do direito acabou gerando de forma indireta a nova disciplina jurídica: o direito do consumidor.

O Estado passou a intervir nas relações de consumo, sobretudo através da ingerência legislativa, resguardando impositivamente determinados interesses da parte mais fraca, o consumidor. Concedeu-se assim, a possibilidade de um equilíbrio jurídico às relações de consumo, compensando seu desequilíbrio fático e econômico. Porém ao que se refere ao superendividamento do consumidor, ainda tem-se muito a ser feito, principalmente de forma legislativa, uma vez que até o presente momento temos de forma pacífica apenas o conceito, sendo apresentado como a impossibilidade do consumidor pessoa física, leigo e de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas atuais e futuras de consumo.

Esse é um problema social que se encontra na ordem do dia nos países que aparecem na proteção aos consumidores um imperativo para alcançar uma sociedade de consumo justa e equilibrada. Para tanto será inicialmente abordada a cultura do endividamento em que os consumidores são inseridos no cotidiano e sua influência no superendividamento.

Por sua vez situado o objeto central da teoria do superendividamento, será analisada a dignidade do consumidor endividado e posteriormente a legislação

aplicável, salientando a abordagem do princípio da boa-fé objetiva na prevenção do superendividamento, que exige dos fornecedores de crédito ao consumo uma conduta calcada nos deveres de lealdade, informação cooperação e transparência.

1 A CULTURA DO ENDIVIDAMENTO E A IDENTIFICAÇÃO DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO

A massificação das relações privadas, aumentou de forma desmensurada a produção e a oferta de bens no mercado. Neste cenário a publicidade se destacou como poderoso instrumento de fomento ao consumo. Os indivíduos são influenciados diariamente e de forma agressiva pela publicidade que, de forma genérica uniformiza os costumes e gera falsas necessidades para os consumidores².

O consumismo de massa não pode ser visto como decorrência do crescimento da população que, simplesmente adquirem produtos e serviços com o intuito de exteriorizar estilos de vida e estabelecer distinções na sociedade. Salientamos que o padrão imposto pela própria sociedade é o de identificação do sujeito pelo bens e serviços que o mesmo consome, relacionando o mesmo como pertencente a certa classe social³.

Na sociedade atual de consumo de massa o indivíduo moderno tem plena consciência de que se comunica não apenas por meio das palavras, mas também por meio de suas roupas, casa, móveis e utensílios domésticos, telefone celular da moda, veículo e outras coisas que exteriorizam e são interpretadas como “bom gosto” ou “falta de gosto”. O indivíduo nessa sociedade possui grande preocupação com a aceitação social própria e preocupado com isso, busca cada vez mais parecer-se como a maioria das pessoas, ou seja, busca possuir os objetos de consumo que todos possuem, para poder ser aceito. Muitas vezes o indivíduo busca a todo custo coisas e objetos que o remeterão a classes sociais a que não pertence, por não possuir condições financeiras porém, aos olhos de quem vê, na posse de objetos de “bom gosto” fica difícil relacionar o indivíduo a uma classe social inferior.

O acesso ao crédito destaca-se como elemento indispensável para que o indivíduo participe dessa cultura de consumo, uma vez que somente poderá participar da “farra” do consumismo aquele que possuir condições financeiras – ou

² CASADO, Márcio Mello. *Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobreendividamento no Brasil*. Revista de Direito do Consumidor 33/131. São Paulo: RT, 2005, p. 71.

³ CEZAR, Fernanda Moreira. *O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional*. Revista de Direito do Consumidor 63. São Paulo: RT, 2007, p. 134.

de crédito – que possa fornecer a ele a propulsão na aquisição de todos os produtos necessários para pertencer a classe social que se pretende. Não se é raro encontrar indivíduos que a única forma de acesso ao consumo é através da liberação de créditos.

Nesse diapasão, aqueles que fornecem o crédito exercem uma atividade de suma importância, uma vez que são os possuidores da única possibilidade de ascensão do consumidor que não possui dinheiro para adquirir os bens e serviços almejados. Nesta relação podemos verificar dois lados extremos sendo um deles do fornecedor de crédito que, de forma consciente pretende apenas o benefício econômico auferido pela concessão do crédito e do outro lado o consumidor que, de forma quase patológica, precisa consumir para se sentir aceito pela sociedade.

O endividamento tornou-se na sociedade atual um fato inerente à atividade econômica, servindo como meio de financiá-la. A cada dia cresce mais o número de consumidores que estão constantemente se endividando para poder consumir produtos e serviços que a mídia, vende a ideia que são necessários para aceitação social. Vivemos uma verdadeira cultura do endividamento⁴. Todos os bens que possam proporcionar ao indivíduo ascensão de classe social, ainda que de maneira falsa, de maneira impensada, bens de maior ou menor valor como sapatos, bolsas, blusas e até alimentos em hipermercados são frequentemente adquiridos a prazo e muitas prestações apenas para tentar a aceitação social, sem qualquer preocupação por parte do indivíduo sobre a possibilidade do superendividamento.

De forma acertada, José Reinaldo de Lima Lopes leciona que, “não são poucos os que se endividam para pagar despesas corriqueiras, despesas de manutenção diária ou despesas com serviços indispensáveis”⁵. Dessa forma temos que o desenvolvimento da vida do consumidor em uma sociedade capitalista, principalmente pela busca desenfreada por mais bens e serviços sem levar em consideração a real necessidade acaba de certa forma impulsionado os abusos por parte do fornecedor do crédito.

O problema é que “se o crédito é fácil”, o consumidor cada vez mais vai busca-lo ocasionando de forma desenfreada o que conhecemos como endividamento. Dessa maneira quando é ofertado ao consumidor a possibilidade do pagamento futuro de bens ou serviços que ele entende ser de importância para

⁴ CEZAR, Fernanda Moreira. *O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional*. Revista de Direito do Consumidor, n. 63. São Paulo: RT, 2007, p. 135.

⁵ LOPES, José Reinaldo de Lima. *Crédito ao consumidor e superendividamento: uma problemática geral*. Revista de Direito do Consumidor, n. 17. São Paulo: RT, 1996, p. 06.

sobrevivência na sociedade no momento presente, sem qualquer peso na consciência ou reflexão, vai de forma rápida buscar o referido crédito, nos valores necessários e no prazo máximo possível para adquirir aqueles produtos que a sociedade de massa acabou de incutir em seu subconsciente, fazendo com o consumo seja efetivado de forma irresponsável e precipitado como se não houvesse o amanhã.

O consumidor é tomado de intensa emoção quando está diante da concessão do crédito para aquisição daquele produto ou serviço tão desejado para aceitação na vida em sociedade que, seu raciocínio lógico desaparece e a única coisa que vem em sua mente é a sensação de presa, para poder finalizar a compra e partir em busca da aceitação social.

Os contratos de concessão de crédito são em sua maioria contratos unilaterais longos, onde a relação contratual foi muito bem estruturada e resguardada por parte do fornecedor para poder reaver o capital emprestado. O consumidor no momento de euforia não apresenta nenhuma preocupação com o tipo de relação jurídica que está vindo a contrair com o fornecedor, haja vista naquele momento a sua maior preocupação é a aquisição breve do produto ou serviço. Esta postura do consumidor aparentemente sem raciocínio lógico vai desembocar em seu próprio endividamento, uma vez que contrai novas dívidas sem qualquer exercício matemático sobre a possibilidade de enquadramento em seu orçamento mensal.

A autora portuguesa Maria Manuel Leitão Marques⁶ reconhece que o endividamento dos consumidores “não é um problema em si mesmo”, pois contribui para o “aumento do bem estar das famílias”. Porém alerta que o endividamento se transforma em um problema quando ocorre o inadimplemento das obrigações, ficando pior ainda quando ocorre o “superendividamento”.

O endividamento excessivo, conhecido como superendividamento ou sobreendividamento pode decorrer de diversos fatores, desde casos fortuitos até o consumo desenfreado. Assim sendo, é possível dizer que o fenômeno se caracteriza pela insuficiência de recursos econômicos da pessoa física para o cumprimento de suas obrigações financeiras, cujo resultado é um aumento de suas dívidas frente aos seus rendimentos.

Claudia Lima Marques assim conceituou o fenômeno:

⁶ LEITÃO MARQUES, Maria Manuel et al. *O endividamento dos consumidores*. Lisboa: Almedina, 2000, p.02.

O superendividamento pode ser definido como impossibilidade global do devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriunda de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio.⁷

Deve haver uma diversidade de débitos de consumo, não sendo computados, para fins de análise do superendividamento, os débitos fiscais e as dívidas provenientes de delitos ou prestações alimentícias. Destaca-se que o consumidor seja uma pessoa física que adquiriu uma concessão de crédito destinado a aquisição de produtos ou serviços que buscam atender uma necessidade pessoal, ou seja, nunca uma necessidade profissional.

Além disso o consumidor deve agir de “boa-fé”, ou seja, deve a conduta dele estar compreendida não como um estado de ânimo do sujeito, comprou de forma consciente de que não poderia pagar pelo produto ou serviço, mas como comportamento leal, cooperativo, correto, que fique aparentemente demonstrado a boa-fé objetiva⁸.

Como define Maria Manuel Leitão Marques:

“O sobreendividamento, também designado por falência ou insolvência de consumidores refere-se às situações em que o devedor se vê impossibilitado, de uma forma durável ou estrutural, de pagar o conjunto de suas dívidas, ou mesmo quando existe uma ameaça séria que o não possa fazer no momento em que elas se tornem exigíveis. O sobreendividamento pode ser activo, se o devedor contribuir activamente para se colocar em situação de impossibilidade de pagamento, por exemplo, não planeando os compromissos assumidos e procedendo a uma acumulação exagerada de créditos e relação aos rendimentos efetivos e esperados; ou passivo, quando circunstâncias não previsíveis (desemprego, precarização do emprego, divórcio, doença ou morte de um familiar, acidente, etc.) afectam gravemente a capacidade de reembolso do devedor, colocando-o em situação de impossibilidade de cumprimento”⁹.

Dessa forma a doutrina faz uma distinção entre o superendividamento passivo e o ativo, sendo este último aquele indivíduo que vai a “farra” nas compras de bens e serviços que julgava necessário e o passivo sendo aquele que não contribuiu de forma decisiva para o superendividamento.

⁷ MARQUES, Cláudia Lima. *Direitos do Consumidor Endividado*. São Paulo: RT, 2006, p. 256.

⁸ CEZAR, Fernanda Moreira. *O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional*. Revista de Direito do Consumidor, n. 63. São Paulo: RT, 2007, p. 137.

⁹ LEITÃO MARQUES, Maria Manuel et al. *O endividamento dos consumidores*. Lisboa: Almedina, 2000, p.02.

Comenta a ilustre professora Claudia Lima Marques que os acidentes da vida (desemprego, redução de salários, doença, nascimento de filhos, etc.) e o abuso de crédito podem criar uma crise de liquidez para indivíduos e até mesmo para famílias inteiras, levando à impossibilidade de pagamento de boa-fé, que a doutrina corretamente denominou de sobreendividamento, ou como a professora prefere nominar de superendividamento, que facilmente resulta na exclusão total do mercado de consumo, parecendo uma nova espécie de morte civil: a morte do *homo economicus*¹⁰.

Salientamos que o superendividamento ativo refere-se ao consumidor que conquistou tal condição de forma voluntária, efetuando a aquisição de bens e serviços sem realizar a operação matemática enquadrando em seus rendimentos e o superendividamento passivo que seria aquele consumidor que foi levado ao estado de insolvência por situações alheias a sua vontade. Faz-se destacar que em ambos os casos, a doutrina exige que o fornecedor de crédito mantenha o dever de não atuar de forma abusiva.

O fornecedor de crédito deve oferecer e conceder sempre de maneira responsável, atuando de forma a evitar o superendividamento.

2 A DIGNIDADE HUMANA DO SUPERENDIVIDADO

A Constituição Federal brasileira informa e impõe um sistema de valores estabelecendo em seu artigo primeiro o que seria os seus princípios fundamentais, a cidadania e a dignidade da pessoa humana. E pelo artigo 3º, inciso I, complementa firmando que são objetivos fundamentais para o país, construir uma sociedade livre, justa e solidária.

Esses comandos constitucionais encontram na proteção aos direitos da personalidade e no cumprimento dos direitos dos consumidores, importantes instrumentos de operacionalização. Quando o direito da personalidade preconiza a proteção da vida, também o faz em proveito das pessoas que necessitando de produtos ou serviços acabam sofrendo os danos provocados em razão de fornecimento defeituoso, naturalmente vedado pelas normas de proteção ao consumidor.

¹⁰ MARQUES, Claudia Lima. *Direitos do Consumidor Endividado*. São Paulo: RT, 2006, p. 257.

Dessa forma, não é apropriado pensar em vida na sua concepção plena, considerando-se o restrito sentido de sobrevivência física, mas sim em existência com ao menos aquele mínimo de qualidade merecida como direito humano. E essa condição de vida, como objeto de direito subjetivo, depende em muito da qualidade das relações de consumo que a pessoa realiza ao longo de sua vida.

Em sua plenitude, a proteção desse direito da personalidade compreende o contexto de uma série de circunstâncias que acontecem no dia a dia das pessoas, incluindo as consequências decorrentes das relações de consumo em que elas são partícipes. Com relações de consumo mal sucedidas em razão dos fornecimentos defeituosos, pode acontecer o perecimento do consumidor, da possibilidade de ser mantida a devida sanidade de seu corpo e da sua mente.

O superendividamento é um fenômeno que causa extremo impacto na vida das pessoas, especialmente porque afeta a sua dignidade humana, fundamento da República Federativa do Brasil (CF, art. 1º, III), provocando sua exclusão do mercado consumidor e até mesmo sua exclusão social, uma vez que o superendividado encontra-se impossibilitado de continuar a consumir, de continuar a adquirir produtos ou serviços que a sociedade de massa impõe para aceitação dos indivíduos. Existem casos em que o devedor superendividado se vê compelido a comprometer até mesmo seu mínimo vital para pagar suas dívidas.

Além da dívida acumulada e da perda do crédito, o consumidor superendividado tem de suportar a estigma do mercado provocado pela inserção de seu nome nos registros de empresas de proteção ao crédito, onde ficará inscrito como mau pagador. Significa dizer que a partir de tal denominação toda a atividade que prescinda de crédito será negada àquele consumidor.

A maioria desses consumidores dependem do crédito para a subsistência própria e de sua família, logo os danos experimentados por ele em decorrência da perda do crédito são imensuravelmente superiores àqueles perceptíveis em uma análise superficial, pois resta comprometida a manutenção cotidiana de seu lar, como pontua José Reinaldo de Lima Lopes:

Não são poucos os que se endividam para pagar despesas corriqueiras, despesas de manutenção diária ou despesas com serviços indispensáveis que já não são providos pelo Estado ou que nunca foram adequadamente. Parte do endividamento que preocupa deriva, sobretudo, do aumento de recursos necessários para prover a subsistência. O crédito pessoal, adiantado sob forma de cartão de crédito ou de cheque especial, crédito sem garantias

reais, portanto, constitui substancial parcela do crédito ao consumo¹¹.

O consumidor devedor não perde a sua dignidade enquanto pessoa por estar em uma situação de inadimplência perante o fornecedor. Este pode tomar todas as atitudes previstas na legislação para efetivar o seu direito à percepção do *quantum* que lhe é devido, a exemplo da promoção de demanda judicial, protesto ou inclusão em cadastros de devedores.

No entanto, não pode violar a dignidade da pessoa do consumidor, que é anterior à própria ideia de relação de consumo e é princípio fundamental da República Federativa do Brasil enquanto Estado Democrático de Direito.

Nesse diapasão, por ser o crédito uma ferramenta que torna o consumidor um potencial superendividado, imperiosa a regulamentação da publicidade de crédito, quase sempre agressiva, omissa e enganosa em relação aos encargos decorrentes do contrato de concessão de crédito. Nas palavras de Thelma Ribeiro Gusmão:

A publicidade faz do consumo um ideal de existência, a própria felicidade, associando imagens ao sucesso, a marca e produtos sofisticados ou de mero consumo. A publicidade e a cultura de massa incentivam o homem comum a promover gastos extraordinários, procurando, com isso, aproximá-lo de uma minoria privilegiada¹².

De fato, devido ao elevado poder que representa a publicidade, compete ao Ministério Público e às entidades de defesa dos direitos dos consumidores uma fiscalização mais detalhada nas empresas fornecedoras de crédito, em especial as empresas de cartões de crédito e empréstimos consignados para servidores públicos, aposentados e pensionistas.

Essa parcela de consumidores é mais vulnerável a aderir a publicidade. Deve-se combater o estímulo irresponsável ao uso do crédito, protegendo-se a vontade racional do consumidor e implementando-se os princípios insculpidos no Código de Defesa do Consumidor em relação à publicidade¹³.

¹¹ LOPES, José Reinaldo de Lima. *Crédito ao consumidor e superendividamento: uma problemática geral*. Revista de Direito do Consumidor, n. 17. São Paulo: RT, 1996, p. 06.

¹² GUSMÃO, Thelma Pompeu Ribeiro. *A boa fé nas relações de crédito e sua responsabilidade no superendividamento*. 2009. Dissertação (mestrado em Ciências Jurídicas) – Faculdade de Direito Milton Campos. Nova Lima, 2009, p.40.

¹³ SCHMITT, Cristiano Heineck. *Consumidores Hipervulneráveis*. São Paulo: Atlas, 2014, p. 208.

Vale apontar que o crédito é a força motriz da economia moderna, trata-se do maior mecanismo de consumo e conseqüentemente da arma mais potente que impulsiona o desenvolvimento socioeconômico de um país. Diante do papel fundamental que tem o crédito dentro de uma sociedade, verifica-se que o dano experimentado pelo superendividado é presumido, bem como o prejuízo à sua dignidade humana em diversos aspectos da vida: material, moral ou social.

3 A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR DE CRÉDITO NO ORDENAMENTO BRASILEIRO

O período pós-segunda guerra mundial foi marcado por um grande desenvolvimento industrial, com extraordinário aumento da produção e do comércio. Com base nesse crescimento surgiu a chamada “sociedade de massa”, que serviu como palco para o desenvolvimento de mecanismos para tutelar o consumidor, com o intuito de compensar a inferioridade econômica e técnica frente aos fornecedores.

O direito do consumidor despontou como elemento de transformação do direito tradicional, para suprir as necessidades sociais geradas pela realidade econômica do mercado massificado.

No ordenamento jurídico brasileiro, desde a Constituição da República de 1988, a defesa do consumidor adquiriu status de direito e garantia fundamental, conforme seu artigo 5º, XXXII, bem como foi insculpida entre os princípios conformadores da ordem econômica nacional, nos termos do art. 170, V. O legislador constitucional impôs um verdadeiro dever de legislar ao Congresso Nacional, determinando, no art. 48 do ADCT, a elaboração do Código de Defesa do Consumidor que, foi promulgado em 11 de setembro de 1990 sob o n. da Lei. 8.078, intitulada: “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”.

É importante ser destacado que o referido sistema não importa na existência de um “microsistema fragmentado”, na pertinente lição do professor Gustavo Tepedino¹⁴. Em suas palavras, “a força do Código não se reduz às suas próprias normas, localizando-se, sobretudo, na ordem constitucional o que fundamenta e o assegura”.

O intuito preventivo da lei está no fundado reconhecimento da desigualdade entre consumidor e fornecedor nas relações de consumo, sendo correto afirmar que

¹⁴ TEPEDINO, Gustavo. *Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e Complexidade do Ordenamento*. Revista de Direito do Consumidor, n. 56. São Paulo: RT, 2005, p.21.

o Código de Defesa do Consumidor é expressão do princípio da isonomia material, pois trata desigualmente os sujeitos da relação de consumo na medida em que se diferenciam¹⁵.

Assim a Lei 8.078/90 está em plena sintonia com os valores constitucionalmente tutelados. Isto se evidencia por meio da intenção do legislador infraconstitucional de buscar integral proteção ao consumidor, parte vulnerável da relação de consumo, bem como a harmonização dos interesses dos seus integrantes, com base na boa-fé objetiva e no equilíbrio entre consumidores e fornecedores, como dispõe o seu art. 4º¹⁶.

Existem doutrinadores que sustentam ser um assento constitucional (art. 4º do Código de Defesa do Consumidor) relacionado ao disposto no art. 5º, XIV da CF/88, que assegura “a todos o acesso à informação”. A concretização dessa garantia se encontra no próprio Código de Defesa do Consumidor que foi pródigo ao estabelecer tais deveres, os quais ramificam para todos os seus capítulos.

A simplificação do contrato de consumo, quase sempre padronizado ou de adesão, aliada às técnicas de comunicação de massa, exacerbaram os riscos a que estão expostos os consumidores, tornando impulsivo, irrefletido e desinformado o processo decisório, via de regra aumentando a litigiosidade das relações. Por tais razões a lei cuidou em especial da informação, procurando criar condições que permitam ao consumidor exercer seu direito de escolha livremente.

O fornecedor somente se desincumbe de forma satisfatória do dever de informar quando os dados necessários à tomada de decisão pelo consumidor por ele conhecidos. Não basta dar a conhecer, disponibilizar, é preciso que o consumidor efetivamente compreenda o que sendo informado. Este é o sentido da regra do artigo 31 do CDC, que impõe o dever de informar de forma clara, destacando-se ainda o disposto no art. 46, segundo o qual são ineficazes as cláusulas, ou mesmo todo o contrato, redigidas “de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e

¹⁵ PASQUALOTTO, Adalberto. *Conceitos fundamentais do Código de Defesa do Consumidor*. Revista dos Tribunais, ano 80, v. 666. São Paulo: RT, 1991, p. 48-53.

¹⁶ “Art. 4º - A Política Nacional de Relações e Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transferência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; [...] III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; [...]”

alcance.”¹⁷ Em outras palavras, se a informação não é cognoscível, não obriga o consumidor.

No momento pré-contratual, a lei consumerista permite a imposição de especiais deveres de informação ao fornecedor de crédito, que a doutrina vem denominando de aconselhamento¹⁸, cuja inobservância acarreta a invalidade da disposição, por aplicação do art. 46 do CDC.

A Lei classifica como enganosa a propaganda que “seja capaz de induzir em erro o consumidor” a respeito das condições da contratação (art. 37, §1º). Todavia, quanto a publicidade abusiva, a lei referiu-se apenas àquela que explora a “deficiência de julgamento da criança”, não contemplando de forma expressa a situação dos idosos.

Na fase de execução do contrato, a lei brasileira oferece a possibilidade de controle do conteúdo das cláusulas, tornando nulas de pleno direito aquelas que violem o princípio da boa-fé objetiva, que preside a contratação para o consumo. Assim, com esteio no art. 51 do CDC, o julgador pode declarar a nulidade de uma cláusula que preveja a cobrança de tarifas indevidas por exemplo.

Também podemos destacar os artigos 52 e 53 da Lei do Consumidor uma vez que também cuidaram de aspectos contratuais como limitação a multa moratória, garantia da liquidação antecipada do débito e, na compra e venda de imóveis, proibição de perda total das prestações pagas no caso de inadimplemento. No caso de haver necessidade de revisão contratual para reequilibrar o contrato, o Código de Defesa do Consumidor tratou do assunto no art. 6º, V¹⁹.

Fora do âmbito da proteção do consumidor a lei processual civil também possui normas que podem ser invocadas pelo superendividado, no capítulo da execução por quantia certa contra devedor insolvente (artigos 748 a 768-A do CPC), onde apresenta haver insolvência “toda vez que as dívidas excederem à importância de bens do devedor” e institui um procedimento de execução coletiva no qual são arrecadados os bens, é antecipado o vencimento das dívidas e estabelecido o concurso universal dos credores.

Infelizmente tais regras não tratam do aspecto preventivo do superendividamento e se destinam apenas à satisfação dos credores. Apenas como

¹⁷ CARPENA, Heloísa. *Uma Lei para os Consumidores Superendividados*. Revista de Direito do Consumidor, n. 61. São Paulo: RT, 2007, p. 80.

¹⁸ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *O direito do Consumidor Endividado e a Técnica do Prazo e Reflexão*. Revista do Consumidor, n. 43. São Paulo: RT, 2002, p. 265.

¹⁹ CARPENA, Heloísa. *Uma Lei para os Consumidores Superendividados*. Revista de Direito do Consumidor, n. 61. São Paulo: RT, 2007, p. 82.

subsídio para o tratamento do superendividado o Código de Processo Civil prevê no artigo 778 a extinção de todas as obrigações do devedor após o prazo de 05 anos contado da data do encerramento do processo de insolvência²⁰.

De forma mais ampla na disciplina do Código de Defesa do Consumidor, o papel da boa-fé objetiva assume destaque, uma vez que impõe deveres de cooperação, veracidade e lealdade aos contratantes, cuja aplicação vem gerando expressiva jurisprudência em todos os tribunais pátrios.

3.1 A inibição ao abuso do direito no fornecimento de crédito ao consumo

O Código de Defesa do Consumidor desempenhou um papel importante no repensar crédito sobre o direito privado, impulsionado pelo movimento conhecido como consumerismo, que procurava afastar-se ao máximo da dogmática liberal e patrimonialista do direito civil tradicional. Levando em consideração esse movimento, o Código assimilou a teoria do abuso de direito, sendo comum as referências ao abuso nas situações envolvendo relações de consumo e, em especial no tocante as práticas comerciais e em matéria contratual²¹.

Tal doutrina impõe limites éticos ao exercício dos direitos e de outras prerrogativas jurídicas, estabelecendo nas relações de consumo o princípio da boa-fé objetiva que, aparece como um caráter de proteção, o que não se observa no Código Civil.

Defendendo a incidência da proibição ao abuso do direito nas relações de consumo, leciona Heloísa Carpena²²:

“Em síntese: adotada a teoria do ato abusivo no âmbito do Código do Consumidor, amplia-se a noção de abusividade, abrindo o espectro de atuação do intérprete e oferecendo a tecnologia necessária à aplicação dos princípios constitucionais na interpretação dos contratos, de modo a que sejam fixados os limites dentro dos quais a atuação dos contratantes é lícita, numa perspectiva civil-constitucional dos direitos”.

²⁰ CÂMARA, Alexandre. *Lições de direito processual civil*. V. 2, 9. ed. Rio de Janeiro: Lumen Iuris, 2004, p. 381.

²¹ CARPENA, Heloísa. *Uma Lei para os Consumidores Superendividados*. Revista de Direito do Consumidor, n. 61. São Paulo: RT, 2007, p. 336.

²² CARPENA, Heloísa. *Uma Lei para os Consumidores Superendividados*. Revista de Direito do Consumidor, n. 61. São Paulo: RT, 2007, p. 120.

Quando se examinam alguns dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, resta evidente a adoção dessa teoria. Esse é o caso do artigo 4º, VI, que prevê a repressão aos abusos praticados no mercado de consumo, os quais possam causar prejuízos aos consumidores. O mesmo podemos apresentar no artigo 6º, IV, em que o legislador determina que é direito básico do consumidor sua proteção “contra publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”.

O consumidor tem a proteção de suas legítimas expectativas e o cumprimento do que se espera obter de uma relação contratual, de forma a ser verdadeira projeção do princípio fundamental da dignidade da pessoa humana no campo obrigacional.

Importante é a referência à noção de boa-fé trazida por Claudia Lima Marques²³:

“Boa-fé objetiva significa, portanto, uma atuação “refletida”, uma atuação refletindo, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando-o, respeitando seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, agindo com lealdade, sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, cooperando para atingir o bom fim das obrigações: o cumprimento objetivo contratual e a realização dos interesses das partes”.

Assim, com o intuito de fundamentar os ideais de transparência e harmonia, objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, previstos no artigo 4º, *caput*, do CDC, o legislador incluiu “a informação adequada e clara” no rol dos direitos básicos do consumidor, artigo 6º, III.

Corroboram com a ideia de dever de informação ao consumidor os artigos 31 e 46 do Código de Defesa do Consumidor, indicando no artigo 31 que oferta contenha informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre as características essenciais do produto. Por sua vez o artigo 46 determina que o contrato não obriga o consumidor, se não lhe for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se o contrato for redigido de modo a dificultar a compreensão de seu entendimento e alcance²⁴.

²³MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: RT, 2002, p. 181.

²⁴CEZAR, Fernanda Moreira. *O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional*. Revista de Direito do Consumidor, n. 63. São Paulo: RT, 2007, p. 150.

Dessa forma, não basta que o fornecedor disponibilize as informações, é imprescindível que estas sejam efetivamente compreendidas pelo consumidor, sob pena das cláusulas contratuais não compreendidas não obrigarem. Somente se desincumbe do dever de informar o fornecedor que esclarece todos os dados necessários à tomada de decisão do consumidor.

Assinala Heloísa Carpena²⁵:

“A informação clara, objetiva, verdadeira, cognoscível, permite que o consumidor instrua seu processo de decisão de compra do produto ou serviço, realizando-o de forma consciente, e assim minimizando os riscos de danos e de frustração de expectativas. O direito de informação é garantido de forma ampla pela lei, não como fim em si mesmo, mas como condicionante do direito de escolha do consumidor”.

Todos os deveres anexos a boa-fé que extraem do Código de Defesa do Consumidor colocam-se como contrários do abuso. A boa-fé objetiva, surge então como função limitadora do exercício abusivo de direitos subjetivos e como fonte autônoma de obrigações.

Dessa forma são de extrema relevância para a inibição ao abuso do direito de fornecer crédito ao consumo as regras aplicáveis aos contratos de adesão, bem como as normas referentes a publicidade e das práticas e cláusulas abusivas.

4 CONCLUSÃO

O princípio da dignidade da pessoa humana juntamente com o princípio da isonomia está no ápice do ordenamento jurídico brasileiro, incidindo diretamente nas relações privadas. No âmbito das relações de consumo, o princípio da boa-fé ganha força, enquanto estrutura central do comportamento ético e solidário, pro sua expressa previsão no Código de Defesa do Consumidor.

Objetivou o presente artigo colaborar na consolidação de novos paradigmas que afastem a atual situação de incerteza, insegurança e, muitas vezes, injustiça, pela qual passam numerosas unidades de consumo em situação de superendividamento. A expansão do crédito destinado ao consumo situou a sociedade num tipo de economia credora onde o consumo precede ao trabalho – o

²⁵CARPENA, Heloísa. *Uma Lei para os Consumidores Superendividados*. Revista de Direito do Consumidor, n. 61. São Paulo: RT, 2007, p. 334.

cidadão-consumidor sacia seus desejos para depois resgatar a dívida com a renda do trabalho futuro, quando realizado.

Esta possibilidade de satisfação imediata das necessidades atua poderosamente no processo decisório do consumidor moderno facilitando a dinâmica da ascensão social pelo consumo e a atividade de persuasão do fornecedor para induzir o consumidor às compras irrefletidas.

Desponta, então, o fenômeno do superendividamento, onde o cidadão não conseguindo pagar suas dívidas torna-se um excluído social. Ao comprometer antecipadamente sua renda, o cidadão-consumidor vê-se diante de um problema de temporalização de suas necessidades. A imposição de uma atuação solidária de fornecedores recai sobre aqueles que oferecem e concedem crédito ao consumo, uma vez que o crédito de um lado permite o desenvolvimento da vida econômica do indivíduo, se concedido de forma irresponsável, pode levar ao endividamento desmedido e resultar na exclusão social e econômica do consumidor, por encontrar impossibilitado de adimplir todos os seus débitos de consumo.

Assim, os deveres de informação, cooperação e lealdade, advindos da boa-fé objetiva servem como mecanismos de controle da abusividade na oferta e contratação de crédito, que não pode ser irrefletida nem temerária. A forma transparente das informações e a preocupação do fornecedor em avaliar as condições financeiras do consumidor que contrata do crédito são imperativos para uma prevenção efetiva do sobreendividamento dos consumidores.

O endividamento excessivo é um verdadeiro carrasco social que põe em evidente risco a própria sobrevivência do consumidor e de sua família, sendo patente a sua incompatibilidade com os ideais de solidariedade e de justiça social e com o respeito da dignidade da pessoa humana.

Os valores da dignidade da pessoa humana e da solidariedade social, aliadas à vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo, conduzem à conclusão de que o superendividamento, flagelo social da sociedade de consumo, deve ser prevenido e combatido.

REFERÊNCIAS

BARROSO, Luís Roberto. *A Dignidade Da Pessoa Humana No Direito Constitucional Contemporâneo: A Construção De Um Conceito Jurídico À Luz Da Jurisprudência Mundial*. Belo Horizonte: Fórum, 2013.

- BITTAR, Carlos Alberto. *Direitos Do Consumidor. Código E Defesa Do Consumidor*. 6ª ed. ver. e atual. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- BONATTO, Claudio. *Código De Defesa Do Consumidor: Cláusulas Abusivas Nas Relações Contratuais De Consumo*. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.
- BORGES, Roxana Cardoso Brasileiro. *Direitos De Personalidade E Autonomia Privada*. 2. ed. rev. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CANTALI, Fernanda Borghetti. *Direitos Da Personalidade: Disponibilidade Relativa, Autonomia Privada E Dignidade Humana*. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009.
- CÂMARA, Alexandre. *Lições de direito processual civil*. v. 2, 9. ed. Rio de Janeiro: Lumen Iuris, 2004.
- CARPENA, Heloísa. *Uma Lei para os Consumidores Superendividados*. Revista de Direito do Consumidor, n. 61. São Paulo: RT, 2007.
- CASADO, Márcio Mello. *Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobreendividamento no Brasil*. Revista de Direito do Consumidor, n. 33/131. São Paulo: RT, 2005.
- CEZAR, Fernanda Moreira. *O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional*. Revista de Direito do Consumidor, n. 63. São Paulo: RT, 2007.
- COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *O direito do Consumidor Endividado e a Técnica do Prazo e Reflexão*. Revista do Consumidor, n. 43. São Paulo: RT, 2002.
- COELHO, Fábio Ulhoa. *Manual de Direito Comercial*. 25ª ed. São Paulo: Saraiva. 2013.
- GONÇALVES, Diogo Costa. *Pessoa e Direitos da Personalidade: Fundamentação Ontológica da Tutela*. Almedina. Rio de Janeiro, 2008.
- GUSMÃO, Thelma Pompeu Ribeiro. *A boa fé nas relações de crédito e sua responsabilidade no superendividamento*. 2009. Dissertação (mestrado em Ciências Jurídicas) – Faculdade de Direito Milton Campos. Nova Lima, 2009.
- KANT, Immanuel. *Fundamentação da Metafísica dos Costumes e Outros Escritos*. Martin Claret: São Paulo, 2008.
- LEITÃO MARQUES, Maria Manuel et al. *O endividamento dos consumidores*. Lisboa: Almedina, 2000.
- LOPES, José Reinaldo de Lima. *Crédito ao consumidor e superendividamento: uma problemática geral*. Revista de Direito do Consumidor, n. 17. São Paulo: RT, 1996.
- MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: RT, 2002.

_____ *Direitos do Consumidor Endividado*. São Paulo: RT, 2006.

MIRAGEM, Bruno. *Os Direitos Básicos Do Consumidor: Fundamentos Do Direito Do Consumidor, Direito Material E Processual Do Consumidor, Proteção Administrativa Do Consumidor, Direito Penal Do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

PASQUALOTTO, Adalberto. *Conceitos fundamentais do Código de Defesa do Consumidor*. Revista dos Tribunais, ano 80, v. 666. São Paulo: RT, 1991.

SARMENTO, Daniel. *Direitos Fundamentais E Relações Privadas*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2004.

SCHMITT, Cristiano Heineck. *Consumidores Hipervulneráveis*. São Paulo: Atlas, 2014.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. *Cláusulas abusivas no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2004.

SILVA, José Afonso da. *A dignidade da Pessoa Humana como valor Supremo da Democracia*. Revista de Direito Administrativo, n. 212, 1998.

SODRÉ, Marcelo Gomes. *Formação Do Sistema Nacional De Defesa Do Consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007.

SZANIAWSKI, Elimar. *Direitos Da Personalidade E Sua Tutela*. 2 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005.

TEPEDINO, Gustavo. *Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e Complexidade do Ordenamento*. Revista de Direito do Consumidor, n. 56. São Paulo: RT, 2005.