

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
PRÓ-REITORIA DE PÓS – GRADUAÇÃO E PESQUISA  
MESTRADO EM DIREITO, RELAÇÕES INTERNACIONAIS E  
DESENVOLVIMENTO

**SUPERENDIVIDAMENTO PASSIVO DO CONSUMIDOR  
BRASILEIRO COMO HIPÓTESE DE REVISÃO JUDICIAL DOS  
CONTRATOS DE CRÉDITO**

ANA FLÁVIA MORI LIMA

GOIÂNIA  
2009

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
PRÓ-REITORIA DE PÓS – GRADUAÇÃO E PESQUISA  
MESTRADO EM DIREITO, RELAÇÕES INTERNACIONAIS E  
DESENVOLVIMENTO

**SUPERENDIVIDAMENTO PASSIVO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO  
COMO HIPÓTESE DE REVISÃO JUDICIAL DOS CONTRATOS DE  
CRÉDITO**

Dissertação apresentada ao  
Programa de Pós-Graduação *Stricto  
Sensu* em Direito, Relações  
Internacionais e Desenvolvimento  
como requisito parcial para obtenção  
do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Jean Marie  
Lambert.

GOIÂNIA  
2009

L732s Lima, Ana Flávia Mori.  
Superendividamento passivo do consumidor brasileiro  
como hipótese de revisão judicial dos contratos de crédito /  
Ana Flávia Mori Lima. – 2009.  
122 f. : il.

Dissertação (mestrado) – Universidade Católica de Goiás,  
2009.

“Orientador: Prof. Dr. Jean Marie Lambert”.

1. Consumidor – crédito – superendividamento –  
contratos – revisão. 2. Direito do consumidor. I. Título.

CDU: 366.42:336.77(81)(043.3)  
366.5(81)(094.5)

DISSERTAÇÃO DO MESTRADO EM DIREITO, RELAÇÕES  
INTERNACIONAIS E DESENVOLVIMENTO

**SUPERENDIVIDAMENTO PASSIVO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO  
COMO HIPÓTESE DE REVISÃO JUDICIAL DOS CONTRATOS DE  
CRÉDITO**

COMISSÃO JULGADORA

DISSERTAÇÃO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE

- 1) Prof. Dr. Jean Marie Lambert/UCG (Presidente): \_\_\_\_\_
- 2) Prof. Dr. Germano Campos Silva/UCG (Membro): \_\_\_\_\_
- 3) Prof. Dr. Rabah Belaidi/ UFG (Membro): \_\_\_\_\_

Goiânia, 15 de outubro de 2009.

Aos meus pais, *Wagner e Aiako*.  
Pela maior herança legada a uma filha:  
a educação.  
Pelo amor incondicional.  
Pela dedicação integral.  
A vocês, pai e mãe, dedico a vitória de  
mais esta etapa que finalizo.

Às minhas irmãs, *Carol, Bia e Gabi*,  
Esteios da minha jornada....  
Conselheiras...  
Companheiras...  
Mais que amigas...  
Mais que irmãs...  
Cada uma com seu papel...  
Completando a minha existência.

## AGRADECIMENTOS

Meus sinceros agradecimentos a todos que contribuíram para a realização deste trabalho:

Primeiramente à Deus, que torna possível a realização de todos os meus projetos.

aos meus alunos graduandos e pós - graduandos, e em especial ao meu aluno e pesquisador do CNPq., Ramon de Souza, por serem para mim verdadeiros mestres, sempre abrindo caminhos para novas descobertas e aprendizados;

ao meu Professor Orientador Doutor Jean Marie Lambert, imprescindível ao desenvolvimento deste pela paciência, inteligência, acessibilidade, presteza e interesse em me auxiliar a todo tempo.

aos ilustres membros da Banca de Qualificação, Professor Doutor Germano Campos Silva e Professor Doutor Rabah Belaidi pela gentileza e cordialidade de suas argüições e pelas sugestões apontadas que me permitiram esclarecer questões essenciais ao desenvolvimento de minha pesquisa;

ao meu companheiro de mestrado e da carreira de magistério, José Cristiano Leão Tollini, amigo querido, solícito e incansável que me fez compreender que um trabalho como este, longe de ser um esforço solitário, seria impossível sem a ajuda de um amigo como ele;

a Ana Paula Félix de Souza Carmo, Diógenes Faria Carvalho, Marcos César Gonçalves de Oliveira e Maria Augusta Justiniano Fernandes, obrigada pela demonstração de amizade verdadeira em forma de apoio e credibilidade;

a cada um dos professores do Programa de Mestrado que generosamente cederam algo de si para abrilhantar o conteúdo deste trabalho;

à minha querida professora Fátima de Paula Ferreira, pelo apoio constante, grande incentivadora na realização e conclusão deste Programa de Mestrado;

A vocês, toda a minha gratidão.

## SUMÁRIO

RESUMO.....	06
ABSTRACT.....	07
INTRODUÇÃO.....	08
<b>CAPÍTULO I – TEORIA GERAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....</b>	<b>13</b>
1.1 RAZÕES E ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	13
1.2 O SISTEMA NORMATIVO BRASILEIRO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR.....	17
1.3 A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO.....	26
1.4 CONCEITOS DE CONSUMIDOR.....	27
1.5 CONCEITOS DE FORNECEDOR, PRODUTOS E SERVIÇOS.....	38
<b>CAPÍTULO II A POLÍTICA NACIONAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.....</b>	<b>42</b>
2.1 A IMPORTÂNCIA SISTEMÁTICA DO ART. 4º DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR: NORMA NARRATIVA DE UMA LEI DE FUNÇÃO SOCIAL.....	42
2.2 PRINCIPAIS PRINCÍPIOS ESTRUTURAIS DO SISTEMA DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	46
2.2.1 Princípio da vulnerabilidade.....	46
2.2.2 Princípio do acesso à justiça.....	52
2.2.3 Princípio da informação.....	54
2.2.4 Princípio da boa-fé objetiva e o sistema de defesa do consumidor	58
2.3 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.....	63
<b>CAPÍTULO III CRÉDITO AO CONSUMIDOR: DADOS HISTÓRICOS SOBRE O SURGIMENTO DO CRÉDITO E REFLEXÕES SOB UMA PERSPECTIVA DO DIREITO COMPARADO.....</b>	<b>67</b>
3.1 CRÉDITO AO CONSUMIDOR: DADOS HISTÓRICOS SOBRE O SURGIMENTO DO CRÉDITO.....	67
3.2 REFLEXÕES SOBRE UMA PERSPECTIVA DO DIREITO COMPARADO.....	69

3.2.1 Origem e evolução do crédito ao consumo nos EUA.....	69
3.2.2 Aparição do <i>Consumer Credit</i> na Grã Bretanha.....	70
3.2.3 Visão francesa do crédito ao consumo.....	72
3.3 DIMENSÃO BRASILEIRA DO CRÉDITO AO CONSUMIDOR.....	73
3.4 EXPANSÃO DO CRÉDITO NA ECONOMIA MODERNA.....	75
3.5 SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR.....	77
3.5.1 Conceitos e desenvolvimento da fenomenologia do superendividamento.....	78
3.5.2 Natureza Jurídica do superendividamento.....	80
3.6 A DIMENSÃO PSICOSSOCIAL DO SUPERENDIVIDAMENTO.....	85
3.6.1 Valores, Atitudes e Comportamentos dos Superendividados – Pesquisa realizada com consumidores superendividados em Goiânia.....	85
<b>CAPÍTULO IV SUPERENDIVIDAMENTO - ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO.....</b>	<b>89</b>
4.1 ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO PARA LIDAR COM O SUPERENDIVIDAMENTO NO DIREITO COMPARADO.....	89
4.2 ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO PARA LIDAR COM O SUPERENDIVIDAMENTO NO DIREITO BRASILEIRO.....	92
4.2.1 Superendividamento do consumidor como hipótese de revisão judicial dos contratos de crédito - A revisão como direito básico do consumidor: Dicção revisional do art. 6º, V, do CDC.....	94
4.2.2 Requisitos para revisão contratual por excessiva onerosidade superveniente à contratação no CDC.....	96
4.2.3 Hipótese de aplicação do superendividamento na revisão judicial do contrato de crédito ao consumo.....	103
CONCLUSÃO.....	107
BIBLIOGRAFIA.....	112



## RESUMO

Estudaremos a expansão do crédito na economia moderna e o superendividamento do consumidor. O endividamento é um fenômeno inerente à vida moderna, ainda mais comum na atual sociedade de consumo, onde o cidadão adquire status em sua comunidade na proporção dos bens que consome. No primeiro capítulo abordaremos a origem do direito do consumidor, o sistema normativo e a relação jurídica de consumo, No segundo capítulo analisaremos a Política Nacional das Relações de Consumo e os Direitos Básicos do Consumidor. No terceiro capítulo estudaremos a origem do crédito e o superendividamento, que, segundo conceitos de vasta doutrina, é a impossibilidade global do devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras e de consumo. Entremeiam-se no estudo do superendividamento inevitavelmente conhecimentos de natureza sociológica, ética, política, psicológica, econômica e jurídica. Deste modo, será pontuada, no quarto capítulo, a possibilidade de revisão dos contratos de consumo, quando for comprovado o superendividamento passivo do consumidor. Para analisarmos esta hipótese de revisão, primeiramente demonstraremos que a doutrina européia distingue o superendividamento passivo, ou seja, se o consumidor não contribui ativamente para o aparecimento dessa crise de solvência e de liquidez, do superendividamento ativo, quando o consumidor abusa do crédito e consome demasiadamente acima das possibilidades do seu orçamento, sendo que, mesmo em condições normais, não teria como fazer face às dívidas assumidas. Demonstraremos que no caso de superendividamento passivo, a causa não é o abuso ou má administração do orçamento familiar, mas um acidente da vida, como o desemprego, a redução de salários, o divórcio, doenças, mortes, nascimento de filhos. O superendividamento passivo do consumidor, transforma-o em um acidentado do consumo. Buscaremos soluções para a problemática do superendividamento e dentre as estratégias de enfrentamentos, apontaremos a hipótese de revisão do contrato, com base no art. 6, V do CDC, conjugado com a Lei de Recuperação Judicial. A possibilidade de revisão com base nestas hipóteses trará uma mudança de paradigmas em nossos Tribunais Superiores.

Palavras- chave: consumidor, crédito, superendividamento, contratos, revisão.

## **ABSTRACT**

Credit expansion study in the modern economy and the superdebt of the consumer. The indebtedness is a phenomenon inherent in modern life, even more common in today's consumer society, where the citizen acquires status in your community in the proportion of goods it consumes. In the first chapter will discuss the origin of the consumer's right, the regulatory system and the legal relationship, in the second chapter will discuss national policy consumer relations and basic consumer rights. In the third chapter credit source study and superendividamento, which, according to the concepts of vast doctrine is the impossibility of global consumer debtor physical person, Laity and good faith, to pay all his debts today and tomorrow and consumption. Superdebt relate with the study of nature sociological knowledge inevitably, ethics, political, psychological, economic and legal certainty. Thus, in the fourth chapter punctuated the possibility of revision of consumer contracts, where established superendividamento consumer liability. Consider this first review, demonstrate that European distinguishes the doctrine superdebt liability, i.e., if the consumer does not actively contributes to the emergence of this crisis liquidity and solvency, of superendividamento active, when the consumer credit and vendettas consumes too above the possibilities of its budget, and that, even under normal conditions, not would cope with debts contracted. Demonstrate that liability in the case of superdebt, the question is not the abuse or maladministration of the family budget, but an accident of life, such as unemployment, wage reduction, divorce, birth, deaths, diseases of children. The superdebt consumer liability, transforms it into a rough consumption. Solutions to the problem of superdebt and among the strategies for fighting, consider revision of the contract, based on article 6, V of the CDC, in conjunction with Judicial recovery law. The possibility of revision based on these changes will bring a paradigm shift in our courts.

Keywords: consumer, credit, superdebt, contract, review.

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho analisou o superendividamento do consumidor brasileiro e a possibilidade de revisão dos contratos de consumo nas hipóteses de endividamento passivo.

O superendividamento trata-se de um fenômeno social que assola, por diversos fatores, países como o Brasil, que se caracterizam como sociedades de consumo massificado. Todavia, constatamos ao longo do trabalho que tratar do superendividamento é tratar de um tema tão antigo quanto o próprio direito e partindo dessa premissa, iniciamos o trabalho discorrendo, no primeiro capítulo, sobre a teoria geral do direito do consumidor, as razões e antecedentes históricos, o sistema normativo, e a relação jurídica de consumo.

No segundo capítulo abordamos a Política Nacional das Relações de Consumo e os Direitos Básicos do Consumidor, que devem ser implementados e respeitados para evitar ou minimizar o superendividamento do consumidor.

Observamos que desde que o homem começou a fazer trocas, sempre existiram aqueles que não conseguiam cumprir com o prometido. Analisamos então, no terceiro capítulo, o surgimento do crédito e as conseqüências de sua concessão em larga escala, contribuindo para o quadro de superendividamento.

Ressaltamos no terceiro capítulo que falar em superendividamento não se refere a simples endividamento, a semelhança vocabular não dissimula o risco de pecar, mediante tal assertiva, pela evidência. A gravidade do problema enfrentado na atual sociedade de consumo é bem digna dos fenômenos que nos surpreendem, num mundo globalizado, desde o final do século XX.

Na Europa e na América do Norte, já há décadas o problema recebe tratamento legislativo. No Brasil, o presente estudo constatou que apesar dos

apelos da doutrina, falta um tratamento específico para os superendividados passivos.

Sendo assim, a problemática do trabalho é que o desafio proposto pela expansão do crédito ao consumo, sem uma legislação forte que acompanhasse essa massificação, a não ser o Código de Defesa do Consumidor, no Brasil, criou uma profunda crise de solvência e confiança. A crise instalou-se não só na classe média, como nas classes mais baixas.

De um lado aumentando fortemente os lucros dos bancos e promovendo a inclusão no sistema bancário de milhões de consumidores de baixa renda e aposentados, e de outro multiplicando as ações individuais de pessoas físicas endividadas. Em especial aumentaram as revisionais no Judiciário, muitas sem sucesso, aumentando o risco e como um todo a conflitualidade e os abusos nas relações de crédito, multiplicando também as reclamações nos órgãos de defesa dos consumidores e associações, e o sentimento de impunidade e insatisfação com o sistema financeiro.

Entremeiam-se em nosso estudo acerca do superendividamento, inevitavelmente, conhecimentos de natureza sociológica, ética, política, psicológica, econômica e jurídica. A compreensão de suas causas nos remete, aliás, à reflexão quanto ao modo de vida na atual sociedade, quanto às conseqüências do consumo exacerbado e da concessão de crédito indiscriminada, e às perdas que implica em termos humanos e sobre a qualidade de vida.

Sem deixarmos de abordar estes aspectos de singular importância, mas igualmente escapando à sua análise mais aprofundada, interessou-nos no presente estudo os últimos aspectos referidos, quais sejam as implicações de ordem socioeconômica e o tratamento em direito positivo do superendividamento, sob uma perspectiva do direito comparado.

A delimitação do tema, todavia, exigiu que fizéssemos logo aqui na introdução um alerta: as causas socioeconômicas geradoras de situações

jurídicas que compõe o domínio de aplicação das normas sobre o superendividamento são demasiado vastas; os critérios de sua definição legal utilizados em determinados ordenamentos do direito comparado, como foi abordado no terceiro capítulo, poderiam, por exemplo, no Brasil, levar à provável constatação, de que elevadíssima proporção da população encontra-se em situação de superendividamento.

Escolhemos, assim, combinar o estudo do problema com a análise do crédito ao consumidor, cuja delimitação metodológica se deve menos por uma diferenciação do tratamento de direito positivo que por razões de interesse prático, das quais nos atemos a duas principais: primeiro, porque, dentre as causas constatadas do superendividamento, o crédito surge como a mais importante, senão na realidade atual transmutada dos ordenamentos jurídicos que pioneiramente o conceberam, ao menos na aurora de sua descoberta. Segundo, porque, no ordenamento pátrio, o problema da liberalização desmesurada do crédito ao consumidor está na ordem do dia.

Observamos ao longo do trabalho que, sob o aspecto econômico, o problema do endividamento individual já figurou entre as preocupações do legislador brasileiro, não são por isso novos os conceitos de insolvência civil e de falência comercial.

Entretanto, demonstramos no quarto capítulo, que a ausência de um tratamento legislativo específico de que padece a realidade brasileira atual faz apelo ao estudo do direito comparado. Numa perspectiva de comparação jurídica, analisamos não somente regras, instituições e sistemas, mas também a funcionalidade das normas, principalmente as regras francesas, o caráter histórico e sociológico do contexto em que se desenvolveram.

Não fosse por necessidade de explicitar o método comparado no que se refere ao tema proposto, a advertência, logo na introdução, de que a realidade econômico-social e a cultura jurídica brasileiras não se identificam àquelas da Europa e Estados Unidos revelaria ingenuidade intelectual.

Outrossim, o atendimento a tais preocupações é que conferiu pertinência ao estudo e enriqueceu a possibilidade de se adotarem normas similares em contextos jurídicos divergentes.

Para melhor comparar uma noção, nada melhor do que descontextualizá-la. Seguindo tal orientação do Doutor Jean Marie Lambert, elegemos os contextos comunitário europeu e principalmente francês como modelos comparativos, além de breves referências ao ordenamento jurídico norte-americano, cujos contrastes político-legislativos entre si e em relação ao contexto brasileiro no tratamento do fenômeno do superendividamento, enriqueceram a demonstração.

Procuramos demonstrar ao longo do trabalho, que enquanto fenômeno de massas, a superexpansão do crédito ao consumidor e o conseqüente problema do superendividamento, exigiram, num momento relativamente recente, a edição de medidas do direito positivo de proteção aos consumidores. Muitas das medidas foram inseridas no Código Brasileiro de Proteção e Defesa do Consumidor, ao tratar dos Direitos Básicos do Consumidor, da Política Nacional das Relações de Consumo e da Teoria Contratual.

No entanto, essas medidas não foram suficientes e constatamos a necessidade de novas adaptações aos problemas, conforme fizemos ao longo do quarto capítulo, sugerindo a possibilidade de revisão dos contratos de consumo, quando a causa de pedir remota ou fática, for o superendividamento passivo do consumidor brasileiro.

Sugerimos então no quarto capítulo, medidas de caráter preventivo e medidas de caráter curativo, para o tratamento do consumidor superendividado, protegido por um arcabouço legal e princípios morais e éticos.

Com o presente trabalho, buscamos conhecer melhor o perfil do consumidor superendividado no Brasil e a legislação a eles referente. A pesquisa exigiu uma tratativa metodológica eclética. Adotamos o método

dedutivo-bibliográfico sempre que cotejamos institutos, normas e sua respectiva eficácia. Utilizamos-nos de teorias já existentes, comparando-as e tendo por critério a coerência, a consistência e a não contradição. Adotamos como processo metodológico a dogmática jurídica, processo específico da ciência do direito, embasada na legislação, doutrina, jurisprudência. Utilizamos-nos também do processo metodológico comparativo, sempre que cotejamos institutos, desenvolvimento histórico e estudo de casos, buscando a interação dos fatos que produziram mudanças em outros países e que serviram de inspiração para a elaboração das estratégias de enfrentamento para o superendividamento passivo.

**CAPÍTULO I**  
**TEORIA GERAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR – RAZÕES E**  
**ANTECEDENTES HISTÓRICOS – O SISTEMA NORMATIVO BRASILEIRO - A**  
**RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO- CONCEITOS: CONSUMIDOR,**  
**FORNECEDOR, PRODUTOS E SERVIÇOS**

**1.1 RAZÕES E ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

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. Desde essa época, há mais de duzentos anos, portanto, os participantes da chamada sociedade de consumo passaram a ter alterações em sua vida cotidiana, sob o influxo das demandas econômicas. A Revolução Industrial trouxe consigo a revolução do consumo. Com isso, as relações privadas assumiram uma conotação massificada, substituindo-se a contratação individual pela coletiva.



O Direito, em sua perspectiva de acompanhar os fenômenos sociais, há muito protege o consumidor, em suas vestes de comprador, passageiro de transporte, segurado, cliente bancário, etc.. Embora sem um tratamento sistematizado, é de longa data a disciplina legal, doutrinária e jurisprudencial dos direitos dessas categorias, como exemplificam os códigos civis dos países do tronco romano-germânico, vinculados à vertente do *civil law*.

Após a Segunda Guerra Mundial, os mercados se ampliaram para atingir a circulação universal da riqueza, o sistema de produção capitalista acelerado pelo advento tecnológico passou a correr com maior velocidade. Surgiram os modernos sistemas de automação, a robótica, a telefonia por satélite, as transações eletrônicas, etc. O sistema de produção que antes era manual, artesanal, mecânico, transformou-se num sistema de produção em massa.

Nesse contexto, a sistematização do Direito do Consumidor surgiu como resposta da ciência jurídica ao abismo entre as poderosas redes de fornecedores e os milhões de consumidores, que se viam afastados da efetiva proteção de seus direitos. Percebeu-se a insuficiência da concepção liberal individualista para satisfazer essa nova realidade da sociedade de consumo.

Considera-se, como relata a professora Cláudia Lima Marques, que foi um discurso de John F. Kennedy, no ano de 1962, em que este presidente norte-americano enumerou os direitos do consumidor e os considerou como novo desafio necessário para o mercado, o início da reflexão jurídica mais profunda sobre este tema. O novo aqui foi considerar que “todos somos consumidores”, em algum momento de nossas vidas temos este status, este papel social e econômico, estes direitos ou interesses legítimos, que são

individuais, mas também são os mesmos no grupo identificável ou não, que ocupa aquela posição de consumidor. Do seu aparecimento nos Estados Unidos levou certo tempo para “surgir” legislativamente no Brasil, apesar de ter conquistado facilmente a Europa e todos os países capitalistas da época. Isso porque o direito do consumidor é direito social típico das sociedades capitalistas industrializadas, onde os riscos do progresso devem ser compensados por uma legislação protetiva e subjetivamente especial<sup>1</sup>.

No final da década de setenta foi criada a International Organization of Consumer Union (IOCU)<sup>2</sup>, adotada oficialmente pela Organização das Nações Unidas (ONU), e que atua em todos os continentes.

A ONU, em 1985, estabeleceu diretrizes para a legislação consumerista e consolidou a idéia de que se trata de um direito humano de nova geração, um direito social e econômico, um direito de igualdade material do mais fraco, do leigo, do cidadão civil nas suas relações privadas frente aos profissionais, os empresários, as empresas, os fornecedores de produtos e serviços, que nesta posição são *experts*, parceiros considerados “fortes” ou em posição de poder.

Na década de 80 as entidades públicas e privadas de todo o Brasil passaram a organizar-se em Congressos e Seminários para as discussões das bases da Defesa do Consumidor.

Enquanto na Europa o Mercado Comum Europeu passava a elaborar recomendações com vistas às necessidades de harmonização e unificação das normas voltadas para as relações de consumo, no Brasil, por ocasião das

---

<sup>1</sup> MARQUES, Cláudia Lima., et al. . Manual de Direito do Consumidor. São Paulo: RT, 2008. p. 24.

<sup>2</sup> Idem.

discussões que conduziram à Constituição Federal de 1988, as matérias do Direito do Consumidor passaram a ser consideradas num relevo especial.

Segundo a professora Cláudia Lima Marques<sup>3</sup>, existem três maneiras de introduzir o direito do consumidor. A primeira é através de sua origem constitucional, que a autora denomina de introdução sistemática, através do sistema de valores que a Constituição Federal de 1988 impôs no Brasil. A segunda é através da filosofia de proteção dos mais fracos ou do princípio tutelar (*favor debitoris*), que orienta o direito dogmaticamente, em especial as normas do direito que se aplicam a esta relação de consumo. Esta segunda maneira de introduzir o direito do consumidor é chamada de dogmático-filosófica. A terceira maneira é através da sociologia do direito, ao estudar as sociedades de consumo de massa atuais, a visão econômica dos mercados de produção, de distribuição e de consumo, que destaca a importância do consumo e de sua regulação especial. Essa terceira maneira é classificada de introdução sócio-econômica ao direito do consumidor.

Vejamos agora um pouco dessas três maneiras de aproximar e entender o direito do consumidor hoje.

Sob a ótica sistemática, o direito do consumidor é um reflexo do direito constitucional de proteção afirmativa dos consumidores, insculpido nos arts. 5º, XXXII, art. 170, V, da Constituição Federal e art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias.

A segunda forma de introdução seria através da evolução do princípio do *favor debilis*, pois se o eixo do novo direito privado é a Constituição e sua axiologia, que inclui a proteção dos consumidores, é possível explicar o direito do consumidor também apenas pela evolução e relativização dos dogmas do próprio direito privado, tais como a autonomia da vontade, o contrato, os poderes do crédito e o *pacta sunt servanda*. Este segundo caminho,

---

<sup>3</sup> Idem.

filosoficamente baseia-se na evolução das idéias básicas da Revolução Francesa para uma sociedade burguesa e capitalista, como a sociedade de consumo, idéias estas de liberdade, igualdade e fraternidade.

O *favor debilis* é, pois, a superação da idéias, comum no direito civil do século XIX, de que basta a igualdade formal para que todos sejam iguais na sociedade, é o reconhecimento de que alguns são mais fortes ou detém posição jurídica mais forte. É o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, que abordaremos no item 2.2.1 a seguir.

Por fim , devemos analisar à introdução sócio – econômica e ressaltar que foram as mudanças sociais e econômicas nos mercados de produção, distribuição e de consumo que, por sua força e importância, levaram à regulação especial do consumo, com a relativização dos antigos dogmas do direito civil e comercial nas novas normas, dentre elas o CDC. Podemos concluir que foram as mudanças profundas em nossa sociedade de informação que exigiram um direito privado novo, a incluir regras especiais de proteção dos consumidores, os novos agentes econômicos prioritários dos mercados globalizados.

## **1.2 O SISTEMA NORMATIVO BRASILEIRO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR**

O Código de Defesa do Consumidor constitui-se de uma legislação jurídica coerente e eficiente, capaz de proteger as novas relações jurídicas de consumo.

A analítica Constituição brasileira de 1988 alçou a defesa do consumidor à categoria e nobreza dos direitos fundamentais e a incluiu entre os princípios da ordem econômica nos seus arts. 5, XXXII, e 170, V, assim redigimos:

Art. 5.

[...]

XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

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, observados os seguintes princípios:

[...]

V – a defesa do consumidor.

A Constituição Federal erigiu a defesa do consumidor como norma de direito fundamental<sup>4</sup>. Assim assinala Bruno Nubens Miragem:

A caracterização da defesa do consumidor como direito fundamental, no direito brasileiro, surge da sua localização, na Constituição de 1988, no art. 5, XXXII, que determina expressamente: o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. Insere-se a determinação constitucional, pois, no Capítulo I, “Dos direitos e deveres individuais e coletivos”, do Título II, “Dos direitos e garantias fundamentais”. Tem-se assentado na doutrina e na jurisprudência brasileira que a localização do preceito constitucional nesse setor privilegiado da Constituição, a rigor, o coloca a salvo da possibilidade de reforma pelo poder constituinte instituído<sup>5</sup>.

Como se vê, o Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078, de 11.09.1990, encontrou sustentação na própria Constituição. A lei do consumidor resultou de quase dois anos de elaboração legislativa, em cujo projeto inicial sofreu diversos aperfeiçoamentos proporcionados pela participação de

<sup>4</sup> Beyla Esther Fellous analisa que “a interpretação sistemática da Constituição elege o valor da dignidade da pessoa humana como um valor essencial de sua unidade e sentido, ao lado dos direitos fundamentais, conferindo suporte axiológico a todo sistema jurídico-brasileiro, com aplicabilidade imediata conferida pelo art. 5., parágrafo primeiro da Constituição Federal”. FELLOUS, Beyla Esther. *Proteção do consumidor no mercosul e na união européia*. São Paulo: RT, 2003. p. 162.

<sup>5</sup> MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. O direito do consumidor como Direito Fundamental – conseqüências jurídicas de um conceito. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 43, p.111-132, jul./set. 2002. p.117

importantes segmentos da sociedade, como comércio, indústria, cidadãos, além da contribuição de juristas e especialistas de reconhecida postura cultural.

A proteção constitucional do consumidor é matéria recente e somente foi inserida em algumas Constituições a partir da década de 70. A Constituição espanhola de 1978 foi a primeira a se ocupar do tema, prescrevendo em seu art. 51:

*Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.*

*Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca.*

O diploma português disciplina a proteção dos consumidores nos arts. 81, “j” e 102, “e”:

*Art.81. Incumbe prioritariamente ao Estado no âmbito econômico e social: [...]*

*j) proteger o consumidor*

*Art. 102. São objectivos da política comercial: [...]*

*e) a protecção dos consumidores.*

Celso Ribeiro Bastos faz menção também às constituições da Alemanha e da URSS, que possuem artigos específicos sobre a proteção do consumidor<sup>6</sup>.

Inspirou-se o nosso Código de Defesa do Consumidor em modelos legislativos estrangeiros. Teve uma grande influência<sup>7</sup> o projeto do Código do

<sup>6</sup> Cf. BASTOS, Celso Ribeiro; MARTINS, Ives Gandra. *Comentários à Constituição do Brasil promulgada em 5 de outubro de 1998*, arts. 5 a 17. São Paulo: Saraiva, 1989. p.157.

<sup>7</sup> O *Code de la consommation – loi n. 93949 du 26 juillet 1993* – acresce destacar os comentários de Newton De Lucca: “o projeto desse código, redigido sob a presidência do Professor Jean Calais-Auloy,

Consumidor Francês, redigido pelo Professor Jean Calais-Auloy<sup>8</sup>. Também importantes no processo de elaboração foram as leis gerais da Espanha (*Ley General par la Defensa de los Consumidores y usuários*, lei 26/84), de Portugal (lei 29/81, de 22 de agosto), do México (*Lei Federal de Protección al Consumidor*, de 05.02.1976) e de Quebec (*Loi sur la Protection du Consommateur*, promulgada em 1979).

Em alguns temas mais específicos o Direito do Consumidor pátrio buscou inspiração, fundamentalmente, no direito comunitário europeu<sup>9</sup> (Diretivas

---

foi uma das principais fontes inspiradoras de nosso CDC, conforme confessadamente declarado pelos autores do anteprojeto”. DE LUCCA, Newton de. *Direito do consumidor*. São Paulo: Quartier Latin, 2003. p. 328.

<sup>8</sup> *La loi du 26 juillet 1993 et le décret du 27 mars 1997 reproduits ci-dessus ont codifié respectivement la partie législative et la partie réglementaire du droit de la consommation. Les sources de droit d'origine légale et réglementaire qui composent l'essentiel du droit de la consommation sont donc abrogées pour être reprises dans le Code selon une numérotation spécifique qu'il convient désormais d'utiliser pour tout référencement (Cass. Crim., 4 mai 1995, BID n. 5/1996: L'abrogation d'une loi à la suite de sa codification à droit constant ne modifie ni la teneur des dispositions transférées, ni leur portée. En outre, les arrêtés ou règlements légalement pris par l'autorité compétente revêtent un caractère de permanence qui les fait survivre aux lois dont ils procèdent, tant qu'ils n'ont pas été rapportés ou qu'ils ne sont pas devenus inconciliables avec les règles fixées par une législation postérieure). Et pourtant, le Code de la consommation dans sa rédaction actuelle reste insatisfaisant et inachevé: insatisfaisant car ce code ne constitue qu'une simple compilation des textes législatifs et réglementaires existants, repris sans les modifications de fond ou de forme qui auraient permis une meilleure perception par le consommateur de ses droits. Les propositions contenues dans les deux rapports qui ont précédé la loi de codification, l'un en 1985 (rapport de la commission de refonte du droit de la consommation: "propositions pour un nouveau droit de la consommation"), l'autre en 1990 (rapport de la commission pour la codification du droit de la consommation: "propositions pour un code de la consommation") n'ont pas toutes été retenues par le législateur de 1993. L'exigence d'accessibilité à la connaissance qui a motivé les promoteurs de la codification a cédé le pas à une approche plus technique qui ne répond pas pleinement aux attentes des consommateurs. Le peu d'intérêt qu'a suscité la publication du Code de la consommation et la quasi-méconnaissance de son existence par le grand public en témoignent. Par ailleurs, si le Code de la consommation comprend désormais une partie réglementaire, paru près de trois ans après la partie législative, l'outil mis en place reste lacunaire: les Pouvoirs Publics n'ayant pas codifié tous les textes législatifs et réglementaires intéressant la consommation, soit par souci de cohérence, ce qui est acceptable, soit parce que la codification a été faite à droit constant, figé à mars 1995, et donc sans considération des textes adoptés durant le travail de codification, ce qui est plus critiquable, dès lors notamment que le Parlement ou le Gouvernement ne procéderait pas, régulièrement, à une mise à jour nécessaire des parties légale et réglementaire du code comme les oblige l'article 8 de la loi du 26 juillet 1993 [...] resté lettre morte à ce jour. CODE commenté de la consommation. Disponível em: <<http://sos-net.eu.org/conso/code/>>. Acesso em: 20 jul.2009.*

<sup>9</sup> Chama-se direito comunitário europeu – expressão, ao que consta, utilizada pela primeira vez no Tratado da Comunidade Européia do Carvão e do Aço (CECA) – “a um conjunto harmônico de normas jurídicas de caráter peculiar que, numa apresentação genérica, supõe a determinação de sua própria natureza e o estudo de suas fontes, tanto as que são especificamente suas, como as que toma, por assim dizer, do plano internacional clássico e que entram particularmente em sua esfera.” Muitos entendem ser o direito comunitário um *tercium genus*, não sendo propriamente classificável, quer como uma ordem internacional, quer como ordem interna. Sob tal prisma, seria ele, então, expressão da própria ordem

Europeias do Consumo). Foram utilizadas, igualmente, na formação da técnica legislativa, as legislações de Portugal e Alemanha (*Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen – AGB Gesetz*, de 09.12.1976).

O Direito norte-americano também influenciou o nosso sistema de defesa do consumidor. Desta maneira pondera Antônio Herman Benjamin<sup>10</sup>:

Uma palavra à parte merece a influência do Direito norte-americano. Foi ela dupla. Indiretamente, ao usarem as regras europeias mais modernas de tutela do consumidor, todas inspiradas nos *cases* e *statutes* americanos. Diretamente, mediante análise atenta do sistema legal de proteção ao consumidor nos Estados Unidos. Aqui foram úteis, em particular, o *Federal Trade Commission Act*, o *Consumer Product Safety Act*, o *Truth in Lending Act*, o *Fair Credit Reporting Act* e o *Fair Debt Collection Practices Act*.

Tais influências das legislações alienígenas não impediram a elaboração de um Código adaptado ao mercado<sup>11</sup> de consumo brasileiro e às suas peculiaridades. Trata-se de uma codificação elaborada por professores, por pessoas que realmente entendiam do riscado, como Ada Pellegrini Grinover, Daniel Roberto Fink, José Geraldo Brito Filomeno, Kazuo Watanabe, Zelmo

---

comunitária, que passou a ter, contemporaneamente, personalidade jurídica própria de direito internacional. DE LUCCA, op., cit., p. 350.

<sup>10</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini., et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p.10.

<sup>11</sup> O Professor De Lucca elucida uma noção de mercado para o Direito: “Mercado é o conjunto das relações de troca de bens e de prestação de serviços, praticadas pelos diversos agentes econômicos, em determinado tempo e lugar. Quando são feitas referências aos diversos agentes econômicos, quer-se aludir, evidentemente, às partes vendedoras e compradoras que agem nesse mercado. As empresas, por exemplo, tanto atuam como parte vendedora – relativamente ao mercado de bens e serviços que produzem –, como também desempenham o papel de parte compradora, no que diz respeito aos mercados dos fatores de produção de que carecem para o desenvolvimento de sua atividade produtiva. Como já se disse, o conceito de mercado – que é parte integrante da terminologia básica da teoria econômica – tem sido muito mais estudado e analisado nos campos da microeconomia e da chamada economia industrial. Também se trata de uma noção bastante recorrente nos domínios da teoria do comércio internacional e na economia regional. A questão da justiça ou da correção dos preços – que se interpenetra tão substancialmente tanto com o direito do consumidor como com a disciplina jurídica da concorrência empresarial – está visceralmente ligada à noção que se tem de mercado. DE LUCCA, op. cit., p. 163.



Denari, Antônio Herman de Vasconcellos Benjamin, Nelson Nery Júnior, Eliana Cáceres, Marcelo Gomes Sodré, Mariângela Sarrubo e Régis Rodrigues Bonvicino.

Relevantes inovações e peculiaridades extraem-se desse microsistema<sup>12</sup> de defesa do consumidor, sendo de notar-se de início a coexistência de norma de direito material e normas de direito processual, assim como relevantes alterações na relação entre o direito público e privado, tornando-se expressa a intervenção estatal na autonomia da vontade privada.

O novo no Código de Defesa do Consumidor é identificar este sujeito de direitos, o consumidor, e construir um sistema de normas e princípios orgânicos para protegê-lo e efetivar seus direitos, preocupado com a promoção de valores humanitários de dignidade humana, igualdade e justiça. Toda esta nova sistemática tem destacado que o processo de constitucionalização para esse ramo do Direito, ao infiltrá-lo com valores menos individualistas e patrimonialistas e mais voltados para a tutela da personalidade humana e coletiva.

Nesse novo contexto, esta divisão Direito Público e Direito Privado, herdada dos romanos, vai erodindo, decorrente do crescente intervencionismo estatal das relações individuais. Daniel Sarmento enfoca importantes impulsos da promoção de valores constitucionais em todos os quadrantes do direito positivo em seu artigo – A dimensão objetiva dos direitos fundamentais: fragmentos de uma teoria, integrante da obra de José Sampaio:

---

<sup>12</sup> Sobre o conceito de microsistema, José Geraldo Brito Filomeno, observa: “pelo que se pode observar, por conseguinte, trata-se de uma lei de cunho inter e multidisciplinar, além de ter o caráter de um verdadeiro microsistema jurídico. Ou seja, ao lado de princípios próprios, no âmbito da chamada ciência consumerista, o Código Brasileiro do Consumidor relaciona-se com outros ramos do Direito, ao mesmo tempo em que atualiza e dá nova roupagem a antigos institutos jurídicos.” FILOMENO, 1999 apud WADA, Ricardo Morishita; ALMEIDA, Maria da Glória Villaça Borin Gavião. Os sistemas de responsabilidade no código de defesa do consumidor – aspectos gerais. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 41, p. 185-204, jan./mar. 2002. p.190.

Assentando-se na premissa de que os direitos fundamentais configuram o epicentro axiológico da ordem jurídica, a eficácia irradiante impõe uma nova leitura do todo o direito positivo. Por intermédio dela, os direitos fundamentais deixam de ser concebidos como meros limites para o ordenamento e se convertem no norte do direito positivo, no seu verdadeiro eixo gravitacional [...] em razão da natureza axiológica da Constituição de 1988, que conferiu absoluta centralidade e primazia aos direitos fundamentais e está fortemente impregnada por valores solidarísticos, de marcada inspiração solidária<sup>13</sup>.

Verifica-se que o Estado social de Direito reorganiza a atividade estatal em função de finalidades coletivas e, bem por isso, o modelo vigente de Constituição opera em todo o ordenamento jurídico, razão pela qual atua conjuntamente com o direito privado, numa relação de dialética complementaridade<sup>14</sup>. Assim, o sistema de defesa do consumidor traduz esta coordenação, e, a partir de 1988, a defesa do consumidor inclui-se na chamada ordem pública, cada vez mais importante na atualidade, pois legitima a intervenção do Estado na atividade econômica. Já não há fronteiras tão nítidas entre “a praça e o jardim” – usando as palavras de Nelson Saldanha<sup>15</sup>.

A Constituição de 1988, mais que compatível, reclama uma vinculação direta dos particulares com os direitos fundamentais. Veja-se:

A concepção de direitos fundamentais adotada deve conformar-se com o perfil axiológico da constituição, e a nossa, goste-se disso ou não, é uma Constituição social, que não aposta todas as suas fichas na autonomia privada e no mercado, mas antes preocupa-se com o combate à exploração do homem pelo homem. Ademais, no quadro de uma sociedade injusta e desigualitária como a brasileira, faz-se mister

---

<sup>13</sup> SARMENTO, apud SAMPAIO, José A Leite (org). *Jurisdição constitucional e os direitos fundamentais*. Belo Horizonte: Del Rey, 2003. p. 280.

<sup>14</sup> Cf. MARTINS-COSTA, Judith. *A reconstrução do direito privado*. São Paulo: RT, 2002. p. 626.

<sup>15</sup> Cf. SALDANHA, Nelson. *O jardim e a praça*. Porto Alegre: Sergio Antônio Fabris, 1986.

reforçar todos os instrumentos que permitam a proteção dos hipossuficientes, e, nesta linha, a teoria da eficácia direta revela-se preferível à da eficácia mediata dos direitos fundamentais<sup>16</sup>.

Daí a tendência moderna, que procura garantir a eficácia prática dos novos direitos fundamentais do indivíduo, dentre eles os direitos econômicos, através da inclusão de objetivos constitucionais em normas ordinárias de direito privado, como é o caso do Código de Defesa do Consumidor.

Interessante a explicação do professor Alexandre Walmott Borges acerca desta dicotomia entre público e privado:

A dicotomia torna-se mais difusa e com contornos flutuantes à medida que cresce a participação do Estado em atividades econômicas. O reconhecimento do poder econômico privado é, também, o reconhecimento do poder econômico do Estado. Esse poder econômico estatal pode-se autonomizar atendendo aos interesses de um Estado ativo na economia e de sua elite burocrática-empresarial. A mesma ação pode ser empreendida em papel suplementar aos agentes privados, atendendo às necessidades dos próprios agentes privados<sup>17</sup>.

Na constatação de Robert Alexy: “os direitos humanos só podem desenvolver seu pleno vigor quando garantidos por normas de direito positivo, isto é, transformados em direito positivo”<sup>18</sup>. Atento a esta constatação, o constituinte brasileiro garantiu os direitos do consumidor como direito e princípio fundamental.

---

<sup>16</sup> SARMENTO, op. cit., p. 292, apud SAMPAIO, op. cit., 2003. p. 292.

<sup>17</sup> BORGES, Alexandre Walmott. *A ordem econômica e financeira da Constituição e os monopólios*. Curitiba: Juruá, 2002. p. 116.

<sup>18</sup> ALEXY, Robert. *Teoría del discurso y derechos humanos*. Tradução de Luis Villar Borda. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1995. p. 93.

Neste sentido, não há mais espaço para a dicotomia entre o direito público e o privado. Segundo Nelson Rosenvald:

Em uma sociedade democrática e plural, o ser humano é focalizado tanto individual como coletivamente em suas relações intersubjetivas. Supera-se a *summa divisio* entre o público e o privado com a aproximação entre Estado e sociedade, pois o interesse daquele é justamente preservar os interesses privados<sup>19</sup>.

O Código de Defesa do Consumidor constitui verdadeiramente uma lei de função social, lei de ordem pública econômica, de origem constitucional. Esta lei de função social intervém de maneira imperativa em relações jurídicas de direito privado. São normas de interesse social, cuja finalidade é impor uma nova conduta, transformar a realidade social.

Maria Helena Diniz considera as normas cogentes ou impositivas como também de ordem pública, sendo elas que determinam, em certas circunstâncias, a ação, a abstenção ou estado de pessoas, sem admitir qualquer alternativa, vinculando o destinatário a um único esquema de conduta<sup>20</sup>.

José Cretella Júnior confronta a ordem pública com a ordem privada. Estabelece para esta última a noção do estreito relacionamento de particular para particular, oferecendo condições para uma vida normal em sociedade<sup>21</sup>. No estabelecimento de ordem pública e interesse social, quer o legislador proporcionar o equilíbrio na relação de consumo. E as leis de função social caracterizam-se por impor as novas noções valorativas que devem orientar a sociedade. Nos comentários de Cláudia Lima Marques:

---

<sup>19</sup> ROSENVALD, Nelson. *Dignidade humana e boa-fé no código civil*. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 146.

<sup>20</sup> Cf. DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil*. v.1. São Paulo: Saraiva, 1993. p.28.

<sup>21</sup> Cf. CRETELLA JUNIOR, José. *Comentários ao código do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 1992. p. 4.

São leis que, portanto, nascem com a árdua tarefa de transformar uma realidade social, de conduzir a sociedade a um novo patamar de harmonia e respeito nas relações jurídicas. Para que possam cumprir sua função, o legislador costuma conceder a essas novas leis um abrangente e interdisciplinar campo de aplicação<sup>22</sup>.

Portanto, o Código de Defesa do Consumidor constitui um microsistema jurídico de origem constitucional, no qual o consumidor brasileiro está satisfatoriamente tutelado em termos legislativos.

Para que possamos visualizar a conexão do superendividamento do consumidor brasileiro com o Sistema de Defesa do Consumidor, devemos definir os principais conceitos. Assim, por questões metodológicas, é mister definir os conceitos básicos e fundamentais, quais sejam: a relação jurídica de consumo, consumidor, fornecedor, produtos e serviços.

### **1.3 A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO**

A Relação jurídica, segundo Francisco Amaral<sup>23</sup> representa uma situação em que duas ou mais pessoas ( elemento subjetivo) se encontram a respeito de uns bens ou interesses jurídicos (elemento objetivo). O conjunto desses elementos, mais um vínculo intersubjetivo que traduz o conjunto de poderes e deveres dos sujeitos, constitui a chamada estrutura da relação jurídica.

A relação jurídica traduz a regulamentação jurídica (aspecto formal) do comportamento dos indivíduos (aspecto material) no seu dia a dia, na disciplina de seus interesses, estabelecendo situações ativas (poderes) e situações passivas (deveres).

---

<sup>22</sup> MARQUES, Cláudia Lima., et al. *Comentários ao código de defesa do consumidor: aspectos materiais*. São Paulo: RT, 2003, p. 56.

<sup>23</sup> AMARAL, Francisco. *Direito Civil: introdução*. 5. Ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2003, p.159.

Podemos conceituar relação jurídica de consumo como o vínculo que o direito do consumidor estabelece entre um ou mais consumidores e fornecedores, que se encontram a respeito de produtos e serviços, atribuindo-lhes poderes e deveres.

A relação jurídica de consumo representa uma situação jurídica de bilateralidade que se estabelece entre os sujeitos (consumidor e fornecedor), seja em posição de poder, seja na correspondente posição de dever.

O Código de Defesa do Consumidor não definiu o que é relação jurídica de consumo, mas definiu os seus elementos: o consumidor; o fornecedor e o objeto, que são produtos e serviços.

#### **1.4 CONCEITOS DE CONSUMIDOR**

Talvez um dos conceitos mais controversos no Direito atual, sem dúvida, é o do consumidor, uma vez que falta uma referência histórica, porquanto desde sempre “todos sejam consumidores”, conforme diz a frase<sup>24</sup> que se tornou uma espécie de lema do movimento consumerista.

Dessarte tais divergências, há entre a maioria das definições de consumidor uma característica comum, que constitui, com efeito, o principal critério para sua conceituação: a finalidade não profissional com que se utiliza do bem ou serviço.

Cláudia Lima Marques<sup>25</sup> observa que quando se fala em consumidor, pensa-se inicialmente na proteção do não profissional que contrata ou se relaciona com um profissional, comerciante, industrial ou profissional liberal. Deste modo, o consumidor só será assim considerado se o destino que der ao bem ou serviço adquirido for pessoal ou familiar. Equivale afirmar que, se o

---

<sup>24</sup> Mensagem do Presidente John Kennedy ao Congresso Norte-americano, em 15 de Março de 1962.

<sup>25</sup> MARQUES, Cláudia Lima., et al. . Manual de Direito do Consumidor. São Paulo: RT, 2008. p. 68.

consumo for parte de uma atividade de produção, distribuição ou prestação de serviços, não se trata de consumidor no sentido jurídico, mas de consumidor no sentido econômico<sup>26</sup>.

Consumidor do ponto de vista econômico, observa José Geraldo Brito Filomeno, é “todo o indivíduo que se faz destinatário da produção de bens, seja ele ou não adquirente, e seja ou não ao seu turno, também produtor de outros bens”<sup>27</sup>.

Para a conceituação de consumidor se faz necessário empregar o método da ciência jurídica<sup>28</sup> dogmática<sup>29</sup>. Assim denota Adolfo Mamoru Nishiyama, citando Newton de Lucca, tomando como ponto de partida a norma

---

<sup>26</sup> Sob o ponto de vista da Economia, Newton De Lucca diz que: “o consumo vem a ser o ato pelo qual se completa a última etapa do processo econômico, sendo consumidor aquele que o pratica [...] conforme já repetido à exaustão pela doutrina, todos nós somos consumidores em potência. Todas as vezes que estivermos recorrendo a fornecedores de bens ou de serviços, desempenhando o papel de agente econômico responsável pelo consumo final de bens e serviços, estaremos na condição de consumidor em sentido econômico”. DE LUCCA, op. cit., p. 110.

<sup>27</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direitos do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2004, p.34.

<sup>28</sup> Maria Antonieta Zanardo Donato, citando Recases Siches, neste contexto relata que: “ao analisar a ordem jurídica sob a ótica da ciência jurídica dogmática, propugna pelo direito positivo conexo à realidade social, que constituindo-se num conjunto de norma, não estão estas a flutuar desconexas à realidade. Aduz, neste estudo, duas importantes razões para explicar porque o Direito positivo é analisado como um conjunto de pensamentos normativos que intentam regular determinada realidade social. A primeira delas, diz respeito a essas normas terem emergido dos anseios dessa realidade coletiva, e que, num segundo momento, visam a ordenar essa realidade social concreta numa situação histórico-social. Está, pois, a ordem econômica a refletir a realidade social. O Direito do Consumidor, resultante das necessidades apresentadas por essa categoria econômica, vem a ordenar essa realidade social concreta (ordem econômica) através de seu conjunto de normas, fornecendo soluções aos problemas trazidos pelos consumidores (participes de um a situação histórica-particular), e destinado a regular essa própria realidade, ou, em última análise, está a regular a própria ordem econômica. DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor; conceito e extensão*. São Paulo: RT, 1993. p. 49.

<sup>29</sup> Sobre dogmática jurídica, FERRAZ JUNIOR explica: “São disciplinas dogmáticas, no estudo do direito, a ciência do direito civil, comercial, constitucional, processual, penal, tributário, administrativo, internacional, econômico, do trabalho, etc. Uma disciplina pode ser definida como dogmática na medida em que considera certas premissas, em si e por arbitrarias (isto é, resultante de uma decisão), como vinculantes para um estudo, renunciando-se, assim, ao postulado da pesquisa independente. Ao contrário das disciplinas zetéicas, cujas questões são infinitas, as dogmáticas tratam de questões finitas. Por isso podemos dizer que elas são regidas pelo que chamaremos de princípios da proibição da negação dos pontos de partida de séries argumentativas, ou ainda princípio da inegabilidade dos pontos de partida (Luhmann, 1974)”. FERRAZ JUNIOR, Tércio Sampaio. *Introdução ao estudo de direito*. São Paulo: Atlas, 2003. p. 48.

infraconstitucional que regulamentou o art. 5, XXXII, e o art. 170, inciso, V, da Constituição Federal representada pela Lei n. 8.078 de 1990<sup>30</sup>.

Não adianta, com efeito, os juristas se digladiarem à exaustão na peregrinação inútil de um conceito jurídico, preciso e limitado, que nos permite visualizar sempre a figura que se pretende definir. Tais definições como já foi mostrado, correm o inevitável risco de pecar pela falta ou pelo excesso. Andou bem, pois o nosso Código, que afastou, desde logo, a possibilidade de abarcar, num conceito único, a figura daquele que buscava proteger<sup>31</sup>.

Alberto do Amaral Junior conceitua consumidor da seguinte forma:

“De modo geral, pode-se definir consumidor como todo aquele que, ao final da cadeia de produção, adquire ou utiliza, para fins privados, bens ou serviços colocados no mercado por alguém que atua em função de sua atividade comercial ou profissional”<sup>32</sup>.

O legislador brasileiro parece ter, em princípio, preferido uma definição objetiva de consumidor no art. 2º, *caput*, e afirma expressamente que consumidor é: “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” Trata-se do conceito padrão, simples, *standard*<sup>33</sup> ou em sentido estrito, que deve ser interpretado segundo o intérprete e/ou aplicador do Direito no momento da definição da existência da relação de consumo<sup>34</sup>.

---

<sup>30</sup> NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. *A proteção constitucional do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 2002. p. 34.

<sup>31</sup> LUCCA, 1995 apud NISHIYAMA, op.cit., p. 37.

<sup>32</sup> AMARAL JUNIOR, Alberto do. *Proteção do consumidor no contrato de compra e venda*. São Paulo: RT, 1993. p. 105.

<sup>33</sup> *Standard* - You use standard to describe things which are usual and normal. COLINS COBUILD, *Dicionário inglês-inglês*. Scarborough: British Library, 2001.

<sup>34</sup> Cf. ZANELATO, Marco Antônio. Considerações sobre o conceito jurídico de consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 45, 2003. p. 172.



Observa-se que o Código restringe a pessoa do consumidor àquele que adquire ou utiliza o produto como destinatário final. A definição do art. 2º do CDC não esclarece a expressão destinatário final.

Destinatário final, nas palavras de Cláudia Lima Marques:

É o *Endverbraucher*, o consumidor final, o que retira o bem do mercado ao adquirir ou simplesmente utilizá-lo (destinatário fático), aquele que coloca um fim na cadeia de produção (destinatário final econômico) e não aquele que utiliza o bem para continuar a produzir, pois ele não é o consumidor final, ele está transformando o bem, utilizando o bem para oferecê-lo por sua vez ao cliente, seu consumidor<sup>35</sup>.

Sobre essa conceituação, embora intensamente discutida, ainda não se alcançou unanimidade doutrinária. Parte da doutrina dá um caráter ampliativo ao conceito de consumidor, abrangendo não só os não profissionais, mas também todos e quaisquer usuários de bens e serviços<sup>36</sup>.

Esta tendência ampliativa do conceito de destinatário final é defendida pelos maximalistas, que vêem nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor não-profissional, mas também toda uma sociedade de consumo<sup>37</sup>.

Esta corrente maximalista permanece na doutrina e continua presente na jurisprudência, nas novas técnicas de aplicação das normas ou dos princípios do CDC<sup>38</sup>. Assim, o art. 2º do CDC deve ser interpretado de maneira

---

<sup>35</sup> MARQUES, Cláudia Lima, apud ZANELATO, op. cit., 2003. p. 173.

<sup>36</sup> Cf. CALAIS-AULOY, Jean. *Droit de la consommation*. Paris: Dalloz, 1992. p. 6.

<sup>37</sup> MARQUES, op.cit., 2002. p. 254.

<sup>38</sup> EMENTA: É de consumo, a relação entre o vendedor de máquina agrícola e compradora que a destina à sua atividade no campo.” (STJ – RESP. 142.042/RS – 4ª T. Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar – j.11-11-1997).

ampla: destinatário final é aquele que retira o produto do mercado e o utiliza, consome-o para uso pessoal ou profissional.

Já os finalistas ou minimalistas acreditam que o art. 2º do CDC deve ser interpretado de maneira mais restritiva, sendo o destinatário final aquele que adquire ou utiliza o bem ou serviço em proveito próprio para satisfazer uma necessidade pessoal ou doméstica.

Sobre a visão dos finalistas, explica a Professora Cláudia Lima Marques:

Esta interpretação restringe a figura do consumidor àquele que adquire um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não profissional, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável. Considera que, restringindo o campo de aplicação do CDC àqueles que necessitam de proteção, ficará assegurando um nível mais alto de proteção para estes, pois a jurisprudência será construída sobre casos em que o consumidor era realmente a parte mais fraca da relação de consumo e não sobre casos em que profissionais consumidores reclamam mais benesses do que o direito comercial já concede. Note-se que, de uma posição inicial mais forte, influenciada pela doutrina francesa e belga, os finalistas evoluíram para uma posição mais branda, se bem que sempre teleológica, aceitando a possibilidade de o Judiciário, reconhecendo a vulnerabilidade de uma pequena empresa ou profissional, que adquiriu, por exemplo, um produto fora de seu campo de especialidade<sup>39</sup>.

O Professor Thierry Bourgoignie define consumidor como "toda pessoa individual que adquire ou utiliza, para fins privados, bens e serviços colocados no mercado econômico por alguém que atua em função de atividade

---

<sup>39</sup> MARQUES, op. cit., 2003. p. 72.

comercial ou profissional”<sup>40</sup>. Exclui a pessoa jurídica, mesmo quando atuante fora de sua competência habitual.

A bipolarização das opiniões entre as correntes finalistas e maximalistas é verificada na necessidade de que se reflita mais sobre o assunto, não bastando repetir o que diz o art. 2º do CDC. É necessário definir uma linha para interpretá-lo<sup>41</sup>.

Os Tribunais de Justiça brasileiros, seguindo julgados do Superior Tribunal de Justiça sempre tiveram uma tendência maximalista. Entretanto, desde junho de 2005, o Superior Tribunal de Justiça tem firmado posição jurisprudencial nem totalmente minimalista (finalista) e nem maximalista, mas uma posição finalista eclética, a qual admite um certo abrandamento na interpretação finalista, na medida em que se admite, excepcionalmente, a aplicação das normas do CDC a determinados consumidores profissionais, desde que demonstrada, *in concreto*, a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica.

Assim, mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência do STJ também reconheceu a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre

---

<sup>40</sup> BOURGOIGNIE, Thierry. Réalité et spécialité du droit de la consommation. *Journal des Tribunaux*, 1979, p. 296.

<sup>41</sup> Cf. MARQUES, op. cit., 2003. p. 72.

fornecedores e consumidores- empresários em que fique evidenciada a relação de consumo.<sup>42</sup>

O legislador consumerista deu-se conta de que só o conceito *standard* de consumidor não seria suficiente para garantir uma real aplicação da norma do consumidor. Por isso, alargou este conceito, introduzindo os conceitos no sentido *bystander*<sup>43</sup>, que se encontram nos arts. 29, 17 e parágrafo único do art. 2º do CDC.

A Lei n. 8.078/90 equipara (consumidores equiparados)<sup>44</sup> determinados entes à figura do consumidor, que poderão se beneficiar dos direitos nela previstos, a saber: a coletividade de pessoas, todas as vítimas de um acidente de consumo e todas as pessoas expostas às práticas consideradas abusivas.

---

<sup>42</sup> EMENTA: “Direito do Consumidor. Recurso Especial. Conceito de consumidor. Pessoa Jurídica. Excepcionalidade. Não constatação na hipótese dos autos. Foro de eleição. Exceção de incompetência. Rejeição. – A jurisprudência do STJ tem evoluído no sentido de somente admitir a aplicação do CDC à pessoa jurídica empresária excepcionalmente, quando evidenciada a sua vulnerabilidade no caso concreto: ou por equiparação, nas situações previstas pelos arts. 17 e 29 do CDC. – Mesmo nas hipóteses de aplicação imediata do CDC, a jurisprudência do STJ entende que deve prevalecer o foro de eleição quando verificado o expressivo porte financeiro ou econômico da pessoa tida por consumidora ou do contrato celebrado entre as partes. – É lícita a cláusula de eleição de foro, seja pela ausência de vulnerabilidade, seja porque o contrato cumpre sua função social e não ofende à boa-fé objetiva das partes, nem tampouco dele resulte inviabilidade, ou especial dificuldade de acesso à justiça. Recurso Especial não conhecido”.(STJ – Resp.684.613-SP - 3º Turma – j. 21.06.05 – rel.Min. Nancy Andrighi, DJU 01.07.2005,p.530).

<sup>43</sup> *Bystander*: “One who stands near, a chance looker-on, hence one who has no concern with the business being transacted. One present but not taking part, looker-on, spectator beholder, observer”. Cf. BLACK apud ZANELATO, op. cit., 2003. p. 174.

<sup>44</sup> Alguns doutrinadores também chamam de consumidor assimilado. Nesse sentido Geraldo de Faria Martins da Costa em sua obra Superendividamento: “utilizando-se de uma técnica multiplicadora, a lei classificou as pessoas chamando-as de consumidores e de pessoas assimiladas aos consumidores. Segundo a regra geral do art. 2, parágrafo único, do CDC, é assimilada ao consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. O art. 29 do CDC também é expressão desta técnica de assimilação, hoje muito festejada pela doutrina e pela jurisprudência. Com efeito, o referido dispositivo legal assimila ao consumidor todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas disciplinadas no capítulo V (práticas comerciais que disciplinam a oferta, a publicidade, as práticas comerciais abusivas, a cobrança de dívidas e os cadastros de consumidores) e no capítulo VI (proteção contratual). A jurisprudência interpreta, de maneira ampla, esta disposição que assimila ao consumidor todas as pessoas expostas às práticas comerciais e às cláusulas abusivas”. COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002. p. 51.

O parágrafo único do art. 2º da referida norma reconhece a existência dos interesses de uma coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que tenham atuado em uma relação de consumo.

Torna-se viável a tutela dos interesses difusos e coletivos de pessoas que participam das relações de consumo, cujas necessidades podem ser defendidas pelos órgãos legitimados por lei para tal mister<sup>45</sup>.

O CDC define, em seu artigo 81, as categorias dos interesses<sup>46</sup> difusos, coletivos e individuais homogêneos<sup>47</sup>. Devem ser registrados os ensinamentos de Cappelletti e Bryant Garth retirados da obra *Liquidação nas Ações Coletivas*, da professora Patrícia Miranda Pizzol:

<sup>45</sup> Cf. LISBOA, Roberto Senise. Manual Elementar de direito civil. São Paulo: RT, 2002, p.163.

<sup>46</sup> Sobre o conceito de interesse Nagib Slaibi Filho em sua obra *Sentença cível: fundamentos e técnicas* ensina que: “é o interesse o conceito básico do Direito porque dele é que decorrem os conceitos derivados de categorias jurídicas como direito subjetivo, pretensão, lide e outros. Ao abusar assegurar sua existência e desenvolvimento, o indivíduo volta seu interesse aos bens que possam suprir suas necessidades. Bem é, assim, tudo aquilo que possa suprir uma necessidade, e interesse é a exigência que o indivíduo faz de determinado bem. O interesse é a relação do indivíduo com o bem que vai satisfazer sua necessidade; no conceito de Gropali, interesse é a exigência de um bem que se considera útil, apto para satisfazer uma necessidade. A maioria dos bens que o indivíduo busca não pode ser alcançada somente com sua atividade. Volta-se, então, para o relacionamento com os outros indivíduos e, quanto mais suas necessidades aumentam de complexidade, mais intensifica o relacionamento social, buscando seus semelhantes para, com eles, em interação, solidarizar-se na satisfação de seus interesses. A relação social é o meio que o indivíduo tem para alcançar os bens que sua própria atividade não pode alcançar. Os bens podem ser, quanto ao seu conteúdo, coisas (que são bens tangíveis, mensuráveis, como, por exemplo, um lápis, um prédio) e serviços (que são atividades que suprem tais necessidades, como, por exemplo, uma aula, o projeto de uma construção). Quão mais complexas e sofisticadas as necessidades dos indivíduos, mais complexos se tornam os bens que possam supri-las e mais intensas as relações sociais. No dizer de Carnelutti, o interesse é uma relação, como decorre da própria palavra – *quod inter est*. Em toda a sua existência, o ser humano busca prover os meios que possibilitem mantê-lo como indivíduo, isto é, sujeito de sua história então mero objeto dos interesses dos outros indivíduos. A busca dos bens que satisfaçam suas necessidades, morais ou patrimoniais, constitui a estrada pela qual passa a história de cada indivíduo. Sua peregrinação na satisfação de seus interesses, na busca da felicidade – o estado ideal no qual verá supridas todas as suas carências – é a sua suficiente que o impede a querer e agir.” SLAIBI FILHO, Nagib. *Sentença cível: fundamentos e técnica*. Rio de Janeiro: Forense, 2004. p. 1-2.

<sup>47</sup> Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base; III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

À medida que as sociedades do *laissez-faire* cresceram em tamanho e complexidade, o conceito de direitos humanos começou a sofrer uma transformação radical. A partir do momento em que as ações e relacionamentos assumiram, cada vez mais, caráter mais coletivo que individual, as sociedades modernas necessariamente deixaram para trás a visão individualista dos direitos, refletida nas declarações de direitos, típicas dos séculos dezoito e dezenove. O movimento fez-se no sentido de reconhecer direitos e deveres sociais dos governos, comunidades associações e indivíduos<sup>48</sup>.

A equiparação do art. 17 foi inspirada na figura do *bystander* e equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento, ou seja, todo acidente provocado pelo produto ou serviço defeituoso, do qual restarem danos em pessoas que não participaram da relação de consumo que teve por objeto o fornecimento desse produto ou serviço, essas pessoas serão consideradas como consumidores.

Segundo Eduardo Gabriel Saad o art. 17 “faz com que o manto protetor estendido pelo Código sobre o consumidor alcance também aquele que – sem ter participado das relações de consumo – vem a sofrer quaisquer danos causados por defeito de um produto”<sup>49</sup>.

Assim, a solução mais justa encontrada pelo legislador foi a de considerar, nesses casos, todas as vítimas, destinatários finais ou não do produto ou serviço, como consumidores. As principais consequências desta equiparação estão ligadas à questão da responsabilidade civil. Nesse contexto, Aline Arquette Leite Novais elucida:

O Código de Defesa do Consumidor, atendendo aos reclamos de uma sociedade mais evoluída, tratou da responsabilidade civil nos seus

---

<sup>48</sup> CAPELLETTI; GARTH, 1988 apud PIZZOL, Patrícia Miranda. *Liquidação nas ações coletivas*. São Paulo: LEJUS, 1998. p. 91.

<sup>49</sup> SAAD, Eduardo Gabriel. *Comentários ao código de defesa do consumidor: lei n. 8079 de 11.9.90*. São Paulo: LTr, 2002. p. 285.

moldes objetivos, estabelecendo que o fornecedor responde pelos danos causados, independentemente de ter agido com culpa.

[...] percebemos que ocorrendo um dano em decorrência do oferecimento de um produto defeituoso ou da prestação de um serviço também portador de um defeito a um consumidor padrão, de acordo com o art. 2º., será a responsabilidade do fornecedor apurada de forma objetiva. Se, em virtude deste mesmo fato, for lesado um terceiro, alheio à relação de consumo, aplicam-se as mesmas normas cabíveis para a tutela do consumidor *stricto sensu*, já que as vítimas do acidente de consumo são equiparadas a este. Todavia, somente é possível esta solução por causa da equiparação feita pelo art. 17. Se não existisse esta norma no CDC, o terceiro, para ser ressarcido dos danos sofridos, teria que recorrer às normas tradicionais do Código Civil<sup>50</sup>.

A legislação consumerista não seguiu a conceituação do direito comunitário europeu<sup>51</sup>, dando uma noção extremamente ampliada, como podemos observar. Nestes termos, o art. 29 deste diploma, equipara a consumidor “todas as pessoas determináveis ou não expostas às práticas nele<sup>52</sup> previstas”. Assim, todo aquele que esteja exposto<sup>53</sup> às práticas descritas nos arts. 30 a 54 do referido código, independentemente da presença de um

<sup>50</sup> NOVAIS, Aline Arquette Leite. *A teoria contratual e o código de defesa do consumidor*. São Paulo: RT, 2001. p.139.

<sup>51</sup> Resolução n. 143/73, definiu como consumidor toda pessoa física ou jurídica a quem os bens ou serviços são fornecidos para uso privado.

<sup>52</sup> Referência aos capítulos V e VI do Código de Defesa do Consumidor.

<sup>53</sup> Estar exposto nos dizeres de Márcio Mello Casado é: “estar à mostra, estar submetido ao exame de alguém. A mercadoria nas vitrines das lojas está exposta aos interessados em comprá-la, da mesma forma que aquele que adere a um contrato formulário está exposto às cláusulas ajustadas. O aderente, por não ter o poder de alterar substancialmente o contrato, está exposto. Ocorre que o fato de estar exposto, não podendo alterar substancialmente em contrato, é algo que deve ser analisado com uma lente de aumento. Não se pode ser míope e imaginar que uma grande empresa jamais possa estar vulnerável em determinada relação ou momento contratual. Logo, o exposto está vulnerável, não que o seja em regra. Os conceitos de vulnerabilidade e exposição andam juntos, são indissociáveis dentro da lógica do microsistema consumerista (se alguém está exposto, está vulnerável; se está vulnerável, está exposto). Ninguém estaria exposto a alguma prática abusiva prevista no art.51 do CDC se pudesse retirá-lo do contexto contratual. Não é lógico que alguém pactue algo a seu desfavor, senão por estar vulnerável, seja técnica, jurídica ou faticamente”. CASADO, Márcio Mello. *Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro*: de acordo com a medida provisória 1.925-8, que cria a cédula de crédito bancário, e a medida provisória 1.963-19, que autoriza a contagem de juros sobre juros. São Paulo: RT, 2000. p. 36.

fornecedor na contraparte da relação jurídica, diferentemente dos termos supra aduzidos.

Trata-se do consumidor em abstrato, vez que basta a mera exposição da pessoa às práticas comerciais ou contratuais para que se esteja diante de um consumidor a merecer a cobertura da norma consumerista<sup>54</sup>.

Conforme ensinamento do Professor Marco Antônio Zanellato, a motivação do legislador ao conceber o art. 29 do CDC deu-se pelo fato de:

[...] o conceito do art. 2º, *caput*, não alcançar o consumidor antes da conclusão do negócio jurídico, pois fala em aquisição de produtos ou serviços, o que faz presumir a celebração de um contrato de consumo, bem ainda outras situações em que se manifestam práticas abusivas. Tanto assim é que, no anteprojeto do CDC, a norma estampada no art. 29 era um parágrafo do próprio art. 2º; todavia, quando da tramitação do projeto no Congresso Nacional, houve o deslocamento dessa disposição para o lugar em que se encontra no CDC. Protege, assim, a norma em questão, de um lado, os consumidores potenciais, na fase pré-contratual, das negociações preliminares ou da oferta, por outro lado, protege os consumidores que são expostos ou sofrem a ação de diversas práticas abusivas que se desenvolvem sem relação direta com a conclusão de um contrato, como a publicidade enganosa ou abusiva e outros elementos do marketing<sup>55</sup>.

Em essência, o CDC traz em três artigos elementos para a conceituação do consumidor – arts. 2º, 17 e 29. Como regra geral, é correto afirmar que é consumidor o participante de uma relação de consumo, como contraparte do fornecedor. Deste modo, ampliando este conceito, para efeito de práticas comerciais, é consumidor por equiparação legal todo aquele que esteja sujeito às práticas descritas nos capítulos V e VI do Código, independentemente da presença, na contraparte da relação, do fornecedor. Finalmente, é

---

<sup>54</sup> Cf. GRINOVER, et al, op. cit., p. 254.

<sup>55</sup> ZANELLATO, op. cit., 2003. p. 176.



consumidor o terceiro na relação de consumo afetado por defeitos dos produtos e serviços<sup>56</sup>.

## 1.5 CONCEITOS DE FORNECEDOR, PRODUTOS E SERVIÇOS

O Código de Defesa do Consumidor define o outro pólo da relação de consumo ou a contraparte do consumidor em seu art. 3º, como: “toda a pessoa física ou jurídica, pública ou criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos<sup>57</sup> ou prestação de serviços”<sup>58</sup>.

Verifica-se que a definição jurídica de fornecedor pela dicção do referido artigo é ampla. Ao definir fornecedor de Plácido e Silva entende que tal expressão é derivada do francês *fournir*, de que se compôs *fournisseur*, significando comerciante ou estabelecimento que abastece habitualmente uma casa ou um outro estabelecimento dos gêneros e mercadorias necessárias ao seu consumo<sup>59</sup>.

A definição do citado artigo é extremamente ampla. Quanto ao fornecimento de produtos, o critério caracterizador é desenvolver atividades profissionais, como a produção, a importação, indicando a necessidade de uma habitualidade. Segundo os comentários de Cláudia Lima Marques:

---

<sup>56</sup> Cf. DEBS, Newman de Faria. *O direito ao consumo*: forma de expressão dos direitos da personalidade. São Paulo: Faculdade de Direito. 110f. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, 2002. p. 23.

<sup>57</sup> Art. 3º, § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

<sup>58</sup> Art.3., § 2º do CDC define: “Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”.

<sup>59</sup> Cf. DE PLÁCIDO E SILVA apud EFING, Antônio Carlos. *Fundamentos do direito das relações de consumo*. Curitiba: Juruá, 2003. p. 54.

Estas características vão excluir da aplicação das normas do CDC todos os contratos firmados entre dois consumidores, não profissionais, que são relações puramente civis as quais se aplica o Código Civil de 2002. A exclusão parece-me correta, pois o CDC, ao criar direitos para os consumidores, cria deveres, e amplos, para os fornecedores<sup>60</sup>.

A palavra profissionalmente baliza a característica básica do fornecedor: a habitualidade. Esta habitualidade ao fornecimento é essencial para a caracterização do fornecedor, pois quem pratica esporadicamente o fornecimento de produtos ou serviços não é fornecedor no sentido jurídico, mas simplesmente no sentido econômico, devendo, para efeitos jurídicos, ser considerado mero praticante de atos civis isolados. Daí a lei, ao caracterizar o fornecedor fez menção a sua atividade, excluindo aqueles que praticam estes atos isolados.

A habitualidade e profissionalismo são assim entendidos pelo Professor Antônio Carlos Efiging:

A sucessividade ou constância no exercício de um ato ou na prática de atos que tornam a pessoa profissionalmente hábil na sua execução. Já o profissionalismo pressupõe o estado ou a condição do profissional em certa arte, que a exerce como profissional, permanentemente, mediante certa paga ou ajuste. Num primeiro momento, pode-se pensar que o legislador pátrio foi omissivo, neste sentido, quando da conceituação de fornecedor no art. 3º. do CDC, por não mencionar expressamente qualquer dos institutos [...] Porém, quando se fala em desenvolver atividade, está se falando em realização permanente, e conseqüentemente em habitualidade<sup>61</sup>.

---

<sup>60</sup> MARQUES, op. cit., 2003. p. 93.

<sup>61</sup> EFING, op.cit., p. 56.

Do exposto, conclui-se que a produção de bens e serviços que interessem ao consumidor não há de resultar de atividade acidental, mas de atividade “especializada e profissional, que se explica através de organismos econômicos permanentes nela predispostos”<sup>62</sup>.

No direito francês, comerciante é quem exerce atos de comércio e os fazem habitualmente. Georges Ripert verifica que o qualificativo habitual é redundante, visto que quem exerce uma profissão, ela já é consagrada como principal e habitual<sup>63</sup>.

A legislação lusitana, ao definir o consumidor, consigna que o fornecedor é apenas aquele que exerce uma atividade profissional, portanto, de modo contínuo. O texto é o seguinte: “Todos aqueles a quem sejam fornecidos bens, prestados, serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados ao uso não profissional, por pessoa que exerça com caráter profissional uma atividade econômica que vise à obtenção de benefícios”<sup>64</sup>.

Assim, deve-se entender o termo fornecedor no sentido mais amplo, abrangendo não só a atividade do vendedor, mas também a produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação e serviços.

Releva destacar que é indiferente que a empresa seja nacional ou estrangeira. Se esta última estiver realizando operações em território nacional, tem de submeter-se ao que o CDC prescreve.

Finalmente, a relação jurídica de consumo tem como objeto, ou elemento objetivo, produtos ou serviços, conforme definição do art. 3º, parágrafos 1º e 2º, do CDC.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

---

<sup>62</sup> REQUIÃO, Rubens. *Curso de direito comercial*. São Paulo: Saraiva, 1984. p. 47.

<sup>63</sup> Cf. RIPERT, Georges. *Traité élémentaire de droit commercial*. Paris: Librairie Générale, 1980. p. 93.

<sup>64</sup> Lei n. 24, de 31 de julho de 1996.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Para ser considerado produto, ao contrário do serviço, não é necessário que haja o fator remuneração.

Já em relação ao serviço, para que seja objeto de relação de consumo, além da remuneração, é mister que se verifique a finalidade de sua aquisição pelo consumidor. Isto é, se o serviço, mesmo que remunerado, não for prestado com a finalidade de uso doméstico e pessoal, numa concepção finalista, não há que se falar em relação de consumo.

Tanto na aquisição de produtos, quanto na contratação de serviços, observamos fatos geradores para o superendividamento do consumidor.

**CAPÍTULO II**

**A POLÍTICA NACIONAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO - A IMPORTÂNCIA  
SISTEMÁTICA DO ART. 4º DO CDC: NORMA NARRATIVA DE FUNÇÃO  
SOCIAL**

**PRINCÍPIOS NORTEADORES DO SISTEMA DE  
DEFESA DO CONSUMIDOR - OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR**

**2.1 A IMPORTÂNCIA SISTEMÁTICA DO ART. 4º do CÓDIGO DE DEFESA  
DO CONSUMIDOR: NORMA NARRATIVA DE UMA LEI DE FUNÇÃO SOCIAL**

O Código de Defesa do Consumidor é formalmente uma lei ordinária, a Lei n. 8.078/90, pois não foi aprovado sob a forma de Código ou de lei complementar, como poderia. Ocorre que esta lei, materialmente, é verdadeiramente uma lei de função social, é lei de ordem pública econômica, lei de origem claramente constitucional.

A entrada em vigor de uma lei de função social traz como consequência modificações profundas nas relações juridicamente relevantes na

sociedade, em especial quando esta lei, como o CDC, introduz um rol de direitos básicos, tema que enfrentaremos posteriormente.

No caso do CDC, esta lei de função social intervém de maneira imperativa em relações jurídicas de direito privado, antes dominadas pela autonomia da vontade. Para tanto, inicia estabelecendo uma política nacional para as relações de consumo.

A busca de um equilíbrio entre o participante das relações de consumo foi o núcleo do sistema protetivo instituído pelo CDC que, em seu art. 4º, instituiu a Política Nacional das Relações de Consumo: “tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo”.

O art. 4º, supra transcrito, define uma série de princípios próprios e, como tais, orientam a interpretação dos demais dispositivos do CDC. Para tanto, buscamos as lições do Professor Eros Roberto Grau<sup>65</sup>, que nos apresenta a dimensão das normas-objetivo.

As normas-objetivo são “a possibilidade de introdução no universo jurídico normativo dos fins perseguidos pelo sistema [...] mediante padrões teleológicos perfeitamente definidos”<sup>66</sup>. Tais normas, como do art. 4º, são usadas para interpretar e guiar todas as outras normas do sistema consumerista, indicando o caminho, o objetivo, como afirmou Eros Roberto Grau<sup>67</sup>.

---

<sup>65</sup> GRAU, Eros Roberto. Interpretando o código de defesa do consumidor: algumas notas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 5, jan./mar., 1993. p. 183.

<sup>66</sup> *Ibid.*, p.187.

<sup>67</sup> GRAU, op. cit., 1993. p. 187.

Para o referido autor, o princípio da defesa do consumidor tem dupla função, a saber:

Princípio constitucional impositivo (Canotilho), a cumprir dupla função, como instrumento para a realização do fim de assegurar a todos uma existência digna e objetivo particular a ser alcançado. No último sentido assume a feição de diretriz – norma-objetivo dotada de caráter constitucional conformador, justificando a reivindicação pela realização de políticas públicas<sup>68</sup>.

Sobre as normas-objetivo Eros Roberto Grau diz ainda que:

Enquanto instrumento de governo, então, o Direito passa a ser atuado em vista à implementação de políticas públicas, políticas referidas a fins múltiplos e específicos. Pois a definição dos fins de tais políticas é enunciada precisamente nestas normas-objetivo, que, mercê disso, passam a determinar os processos de interpretação do Direito<sup>69</sup>.

Pretende o art. 4º estabelecer parâmetros que devem nortear todo e qualquer ato de governo, seja no âmbito legislativo, executivo ou judiciário, quando ao tratamento das relações de consumo<sup>70</sup>. Verifica-se que a Constituição brasileira consagrou a proteção do consumidor como um dos princípios da ordem econômica, e o seu desenvolvimento depende da implementação de políticas públicas por parte do Estado.

Deste artigo, podemos extrair os princípios que regem as relações de consumo: Princípio da Vulnerabilidade, do Dever Governamental, da Segurança, da Boa-fé, da Informação e o do Acesso à Justiça. O art. 4º do CDC, quando “dispõe sobre a harmonização dos interesses dos participantes da relação de

---

<sup>68</sup> Id., *A ordem econômica na Constituição de 1988*. São Paulo: RT, 1991. p. 253.

<sup>69</sup> Ibid., p.183.

<sup>70</sup> Cf. EFING, op. cit., p. 76.

consumo, ressalta a importância da boa-fé e do equilíbrio contratual, enquanto princípios basilares entre consumidores e fornecedores”<sup>71</sup>.

José Geraldo Brito Filomeno, assim elucida: “Quando se fala em política nacional das relações de consumo, por conseguinte, o que se busca é a propalada harmonia que deve regê-las a todo momento, falando o Código examinando ainda o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (arts. 105 e 106)”<sup>72</sup>.

Vê-se que o Direito do Consumidor como um novo ramo do Direito dota-se de princípios particulares distintos dos demais sistemas jurídicos. No entanto, não ocorre de todo o desligamento deste ramo com os demais ramos, pois existe um diálogo sistemático das fontes<sup>73</sup>.

Como preleciona Leonardo Roscoe Bessa:

O CDC é norma especial em relação aos sujeitos – consumidor e fornecedor – da relação jurídica. Sua incidência, entretanto, não afasta, *a priori*, a aplicação de outras normas especiais quanto ao objeto. Os exemplos são inúmeros, pois há uma crescente edição de leis especiais quanto à matéria (plano de saúde, transporte aéreo, locação de imóveis, consórcios, serviços públicos, etc.) que convivem com o CDC. Ressalte-se, também, ao lado – ou mesmo antes – da análise

<sup>71</sup> EFING, op. cit., p. 81.

<sup>72</sup> GRINOVER, op. cit., p. 61.

<sup>73</sup> Nas palavras da Professora Cláudia Lima Marques: “a doutrina atualizada, porém, está à procura hoje mais da harmonia e da coordenação entre as normas do ordenamento jurídico (concebido como sistema), do que da exclusão. É a denominada coerência derivada ou restaurada (*cohérence dérivée ou restaurée*), que em um momento posterior à decodificação, à tópica e à micro-recodificação, procura uma eficiência não só hierárquica, mas funcional do sistema plural e complexo de nosso direito contemporâneo, a evitar a antinomia, a incompatibilidade ou a não-coerência. [...] Nestes tempos, a superação de paradigmas é substituída pela convivência dos paradigmas, a revogação expressa pela incerteza da revogação tácita indireta através da incorporação, há por fim a convivência de leis com campos de aplicação diferentes, campos por vezes convergentes e, em geral, diferentes em um mesmo sistema jurídico, que parece ser agora um sistema plural, fluído, mutável e complexo. [...] Na belíssima expressão de Erik Jayme, é o atual necessário diálogo das fontes (*dialogue de sources*), a permitir a aplicação simultânea, coerente e coordenada das plúrimas fontes legislativas convergentes. Diálogo porque há influências recíprocas, diálogo porque há aplicação conjunta das duas normas ao mesmo tempo e ao mesmo caso, seja complementarmente, seja subsidiariamente, seja permitindo a opção voluntária das partes sobre a fonte prevalente. [...] Uma visão de diálogo das fontes pode ajudar a transpor conquistas de um micro-sistema para o sistema geral e vice-versa. MARQUES, op. cit., 2008. p. 87-94.



simultânea de diversas normas do mesmo nível hierárquico, a importância de se conferir eficácia aos princípios, valores e direitos garantidos constitucionalmente<sup>74</sup>.

Vejamos os seus princípios, com o intuito de demonstrar que a violação dos mesmos contribui sobremaneira para o superendividamento do consumidor brasileiro.

## **2.2 PRINCIPAIS PRINCÍPIOS ESTRUTURAS DO SISTEMA DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

### **2.2.1 Princípio da vulnerabilidade**

“O consumidor é o elo mais fraco da economia; e nenhuma corrente pode ser mais forte do que seu elo mais fraco.” O autor dessa frase, ao contrário do que possa parecer, não é qualquer consumidor exacerbado. Ao contrário, é o “pai da produção em série”, ninguém menos que o célebre magnata da indústria automobilística Henry Ford, conforme nos dá conta Paulo Rónai<sup>75</sup>.

No princípio da igualdade tem-se o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado. Isto porque devemos tratar os consumidores de forma desigual, perante os fornecedores, a fim de que atinja, efetivamente, a igualdade real, em obediência ao dogma da isonomia constitucional, pois devem os desiguais ser tratado desigualmente na medida de suas desigualdades<sup>76</sup>.

---

<sup>74</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. *O consumidor e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito*. São Paulo: RT, 2003. p. 235.

<sup>75</sup> RÓNAI, Paulo, apud GRINOVER, et al, op. cit., p. 54.

<sup>76</sup> Cf. NERY JUNIOR, 1998 apud VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto. *O princípio constitucional da igualdade e o direito do consumidor*. Belo Horizonte: Mandamentos, 2002. p. 60.

Deste modo, o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no art. 4º, inciso I do CDC é uma primeira medida de realização da referida isonomia. Cuida-se de um reconhecimento expresso de que há um desequilíbrio<sup>77</sup> entre os protagonistas que atuam no mercado de consumo e própria norma consumerista admite a existência de uma parte mais fraca, merecedora de proteção<sup>78</sup>.

A vulnerabilidade do consumidor, nas palavras de João Batista de Almeida:

Trata-se da espinha dorsal do movimento, sua inspiração central, base de toda a sua concepção, pois, se, a *contrario sensu*, admite-se que o consumidor está cômso de seus direitos e deveres, informado e educado para o consumo, atuando de igual para igual em relação ao fornecedor, então a tutela não se justificaria. É facilmente reconhecível que o consumidor é a parte mais fraca na relação de consumo. A começar pela própria definição de que consumidores são os que dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem submeter-se ao poder dos titulares destes. Para satisfazer suas necessidades de consumo é inevitável que ele compareça ao mercado e, nessas ocasiões, submeta-se às condições que lhe são impostas pela outra parte, o fornecedor<sup>79</sup>.

A vulnerabilidade é “um conceito que expressa relação, somente podendo existir tal qualidade se ocorrer a atuação de alguma coisa sobre algo

---

<sup>77</sup> Jean Calais-Auloy salienta sobre esse desequilíbrio existente nas relações de consumo ao afirmar: “*Pour obtenir les biens et les services dont ils ont besoin, les consommateurs entrent en relation avec des professionnels, qui leur procurent ces biens ou ces services. Or, la relation entre professionnel et consommateur est naturellement déséquilibrée, la compétence du professionnel, les informations dont il dispose, et souvent sa dimension financière, lui permettent de dicter la loi au consommateur. Cela ne signifie pas (est-il besoin de le dire?) que les professionnels sont par hypothèse gens malhonnêtes, cherchant à abuser de la situation. Ce que je veux dire, c’est que les professionnels sont, par la nature des choses, en position de supériorité, et que les consommateurs risquent d’en être les victimes*”.

<sup>78</sup> Cf. SANTANA, Héctor Valverde. *Prescrição e decadência nas relações e consumo*. São Paulo: RT, 2002. p. 46.

<sup>79</sup> ALMEIDA, João Batista de. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 18.

ou sobre alguém. Também evidencia a qualidade daquele que foi ferido, ofendido, melindrado<sup>80</sup>. Assim, a vulnerabilidade reconhece sempre a qualidade dos mais fracos, de debilidade no mercado<sup>81</sup>, tanto na sua incolumidade físico-psíquica ou no âmbito econômico.

Paulo Valério Dal Pai Moraes, comentando sobre vulnerabilidade, apresenta importante posicionamento a respeito do tema, ocasião em que cita a Professora Olga Maria do Val. Por isso, transcrevemos a lição:

No âmbito da tutela especial do consumidor, efetivamente, é ele sem dúvida a parte mais fraca, vulnerável, se tiver em conta que os detentores dos meios de produção é que detêm todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir, como produzir e para quem produzir, sem falar-se na fixação de suas margens de lucro<sup>82</sup>.

A doutrina<sup>83</sup> identifica várias espécies de vulnerabilidade do consumidor. Porém, as espécies mais importantes são: a técnica, a econômica e a jurídica.

Cláudia Lima Marques comenta que existem três tipos de vulnerabilidade: a técnica, a jurídica e a fática ou econômica. Assim, observa:

<sup>80</sup> MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor*: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Síntese, 2001. p. 96.

<sup>81</sup> E nesta linha Ricardo Luis Lorenzetti elucida o princípio em favor do consumidor: “A noção de consumidor se relaciona com o ato de consumo, e não especificamente com a qualidade de credor ou devedor, numa obrigação ou com um contrato em particular. Engloba uma grande quantidade de contratos distintos. Leva em consideração especificamente a posição de debilidade estrutural do mercado. Nos casos anteriores se considerava uma falha conjuntural do mercado, a situação na qual um devedor é débil devido a circunstâncias do caso. Agora, ao contrário, pretende-se apreciar uma posição permanente. Esta se relaciona com a conformação assimétrica: a idealização, produção e difusão da existência de bens se concentram progressivamente, enquanto o consumo se dispersa. O grupo dos consumidores é heterogêneo e pouco coeso. Geralmente os indivíduos têm lealdades outras que os incitam a atuar contra seus pares; um médico, por exemplo, vê-se pressionado a pedir uma legislação que favoreça seu grupo e a cobrar um plus em prejuízo dos consumidores, sendo que ele é, igualmente, consumidor. Isso ocorre porque os benefícios que obtém como profissional superam os que lhe advêm da condição de consumidor. Esta debilidade estrutural dá lugar ao Direito protetivo dos consumidores. Em suas origens este conceito esteve vinculado à noção de adquirente: consumidor é quem compra bens. Posteriormente estendeu-se a noção a outros pressupostos contratuais, nos quais se verifica uma contratação massificada e um indivíduo débil”. LORENZETTI, op. cit., p. 141.

<sup>82</sup> VAL, 1994 apud MORAES, op. cit., p. 98.

<sup>83</sup> A doutrina descreve seis espécies de vulnerabilidade: técnica; jurídica; política; biológica; econômica e social e ambiental. MORAES, op.cit., p. 115-174.

Na vulnerabilidade técnica, o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços [...] A vulnerabilidade fática é aquela desproporção fática de forças, intelectuais e econômicas, que caracteriza a relação de consumo. Já a vulnerabilidade jurídica ou científica foi identificada e protegida pela corte suprema alemã, nos contratos de empréstimos bancários e financiamento, afirmando que o consumidor não teria suficiente experiência ou conhecimento econômico, nem a possibilidade de recorrer a um especialista. É a falta de conhecimentos jurídicos específicos, conhecimentos de contabilidade ou de economia. Esta vulnerabilidade, no sistema do CDC, é presumida para o consumidor não-profissional e para o consumidor pessoa física<sup>84</sup>.

A vulnerabilidade se configura pelo fato de o cidadão se encontrar na situação de consumidor independente de grau cultural, econômico e jurídico. A busca do equilíbrio nas relações sociais não é nada de novo, podendo ser comparada às lições do Direito do Trabalho, no qual também foi reconhecida a vulnerabilidade do trabalhador em face do empregador<sup>85</sup>.

É preciso ressaltar que a vulnerabilidade ilumina a aplicação do Direito do Consumidor, à procura do fundamento da igualdade e da justiça equitativa. Este princípio tem por função a promoção do equilíbrio na relação, dispondo não só das atribuições, mas também das funções das partes envolvidas no processo de consumo.

---

<sup>84</sup> MARQUES, op. cit., 2003. p. 121.

<sup>85</sup> CASTRO, Martha Rodrigues de. A oferta no código brasileiro de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n.11, jul./ set. 1994. p. 78.

O conceito de vulnerabilidade não se confunde com o conceito de hipossuficiência. A vulnerabilidade é um conceito de direito material<sup>86</sup> e a hipossuficiência é um conceito meramente processual.

A Professora Judith Martins Costa, evidencia as distinções entre vulnerabilidade e hipossuficiência:

Um e outro conceito denotam realidades jurídicas distintas, com conseqüências jurídicas também distintas. Nem todo o consumidor é hipossuficiente. O preenchimento valorativo da hipossuficiência – a qual se pode medir por graus – se há de fazer, nos casos concretos, pelo juiz, com base nas regras ordinárias de experiência e em seu suporte fático encontra-se, comumente, elemento de natureza socioeconômica [...]. Sua aplicação depende da discricionariedade judicial e a sua conseqüência jurídica imediata é a da inversão do ônus *probandi*, no processo civil, para a facilitação da defesa dos seus direitos. Todo consumidor, seja considerado hipossuficiente ou não é, ao contrário, vulnerável no mercado de consumo. Aqui não há valoração do grau de vulnerabilidade individual porque a lei presume que, neste mercado, qualquer consumidor, seja ele hiper ou hipossuficiente do ponto de vista sócio-econômico, é vulnerável tecnicamente; no seu suporte fático está o desequilíbrio técnico entre o consumidor e o fabricante no que diz com a informação veiculada sobre o produto ou serviço<sup>87</sup>.

O critério da hipossuficiência é, da mesma forma que a vulnerabilidade, um conceito estabelecido através de relação. Muito embora a vulnerabilidade seja uma presunção absoluta, *jure et de jure* e a hipossuficiência é *ope iuris*, ficando a critério do julgador no caso concreto. Assim, dispõe o art.

---

<sup>86</sup> Diz Cláudio Belmonte: “uma desigualdade material contratual entre fornecedores e consumidores – uma vez que as melhores organização e informação dos produtores e fornecedores, a publicidade, a capacidade de racionalização operacional, dentre outros fatores, tornam aqueles contratantes bastante mais capazes de obter vantagens contratuais do que estes – justifica a tutela dos direitos contratuais dos consumidores, como o direito à segurança (a questão dos produtos defeituosos ou perigosos), à informação, à escolha, a ser ouvido, à proteção contra as chamadas práticas desleais de comércio (as questões da publicidade enganosa e dos preços muito elevados, por exemplo)”. BELMONTE, Cláudio. *Proteção contratual do consumidor: conservação e redução do negócio jurídico no Brasil e em Portugal*. São Paulo: RT, 2002. p. 79.

<sup>87</sup> MARTINS-COSTA, 1993 apud MORAES, op. cit., p.100.

6º, inciso VII do CDC: “a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências”.

Deste modo, a hipossuficiência é um critério<sup>88</sup> que precisa ser aferido em consideração aos sujeitos do processo, a fim de que possa ser feita uma hierarquização de valores voltada para a posição socioeconômica de cada um, que resultará na distribuição mais justa do ônus da prova<sup>89</sup>.

Quanto à hipossuficiência, Humberto Theodoro Junior observa:

Trata-se de impotência do consumidor, seja de origem econômica seja de outra natureza, para apurar e demonstrar a causa do dano cuja responsabilidade é imputada ao fornecedor. Pressupõe uma situação em que concretamente se estabeleça uma dificuldade muito grande para o consumidor de desincumbir-se de seu natural *onus probandi*, estando o fornecedor em melhores condições para dilucidar o evento danoso<sup>90</sup>.

Algumas doutrinas tratam a vulnerabilidade como sinônimo de hipossuficiência. Mas, como observamos, vulnerabilidade e hipossuficiência são

---

<sup>88</sup> Adroaldo Furtado aborda o chamado critério do juiz: Primeiro não se trata de inversão de carga da prova *ope legis*, mas *ope iudicis*, aí estando localizada a inovação relevante no âmbito deste estudo. As inversões diretamente decorrentes de lei não constituem novidade, pois outra coisa não ocorre nos tantos casos de presunção *iuris tantum*. Aqui, é nos limites e coordenadas de cada caso concreto, segundo suas específicas peculiaridades, que o juiz decidirá se inverte ou não o encargo. E esta vital decisão, que poderá ser a mais importante do processo porque em mais de um caso determinará inescapavelmente o rumo da sentença de mérito, é entregue por inteiro ao critério judicial, pois os marcos referenciais que o mesmo texto normativo oferece, pouco ou nada têm de objetivos e correspondem a conceitos semanticamente anêmicos, quais sejam, a verossimilhança do alegado, a hipossuficiência do alegante e as regras ordinárias de experiência. Esse exemplo deveras ilustrativo sem dúvida traduz e demonstra clareza a inclinação do processo civil moderno, com respeito aos contenciosos de massa. A tendência é no sentido de depressão do princípio dispositivo e incremento dos poderes do juiz na condução do processo. FABRICIO, Adroaldo Furtado. As novas tendências do processo civil e os poderes do juiz. *Revista do Consumidor*, São Paulo, n.7, jul./set. 1993.

<sup>89</sup> Cf. MORAES, op.cit., p.103.

<sup>90</sup> THEODORO JUNIOR, Humberto. *Direitos do consumidor*: a busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do código de defesa do consumidor e os princípios gerais do direito civil e do direito processual civil. Rio de Janeiro: Forense, 2004. p. 143.

realidades jurídicas distintas. A hipossuficiência é um conceito jurídico aberto vinculado à matéria de inversão do ônus da prova em processo civil das relações de consumo.

## **2.2.2 Princípio do acesso à Justiça**

O princípio do acesso à justiça tem o intuito de estabelecer aos consumidores meios processuais incisivos na busca da defesa de seus interesses. O acesso à justiça<sup>91</sup> está consagrado como direito básico do consumidor (art. 6º, inciso VII), visto que de nada vale assegurar direitos, tratar da extensão de qualquer decisão judicial, se antes disso não se tiver como chegar até o juiz. Assim, o processo civil deve ser pensado e aplicado em vista de uma nova situação criada pelo CDC, tendo em vista que a vulnerabilidade, a inversão do ônus da prova, a vedação da intervenção de terceiros na lide e a responsabilidade civil objetiva representam uma forma de aplicação do princípio do acesso à justiça.

Compreende-se, também, no princípio do acesso à justiça a educação para a cidadania, proporcionando aos consumidores meios para que eles possam saber como buscar a defesa de seus direitos<sup>92</sup>.

Roberto Senise Lisboa destaca que:

A educação do consumidor constitui-se em necessidade básica da aprendizagem do sujeito de direito, pois todos podem se encontrar, em dada relação jurídica, como destinatários finais de produtos e serviços. Para que o consumidor tenha uma melhor noção do alcance da

---

<sup>91</sup> Tal direito já conta com respaldo constitucional. Vide Art. 5º, XXXIII e XXXV.

<sup>92</sup> Cf. LISBOA, op.cit., p. 91.

medida a ser adotada em determinado caso concreto e obtenha o acesso adequado à justiça, faz-se imprescindível estimulá-lo a conhecer a natureza e os diversos mecanismos de consumo, bem como os direitos que ele possui, diante da legislação vigente. E não é só. Deve ser melhor educado sobre os elementos que lhe poderão proporcionar a satisfação de seus interesses<sup>93</sup>.

Destaque-se que o CDC, com normas substantivas e processuais, situa-se em uma concepção de acesso à justiça preconizada por Roberto Senise Lisboa. É o que, também, preleciona Kazuo Watanabe citado por Ada Pellegrini Grinover ao dizer que:

a idéia de acesso à justiça não mais se limita aos tribunais, pois abrange o acesso à ordem jurídica justa, cujos dados elementares são: o direito à informação; o direito ao acesso a uma justiça adequadamente organizada e formada por juízes inseridos na realidade social e comprometidos com os objetivos de realização da ordem jurídica justa; o direito à pré-ordenação dos instrumentos processuais capazes de promover a objetiva tutela dos direitos; o direito à remoção dos obstáculos que se anteponham ao acesso efetivo à justiça com tais características<sup>94</sup>.

O princípio, ora entelado, procura afastar os obstáculos fáticos e jurídicos existentes para que o consumidor obtenha a defesa de seus direitos de uma maneira justa e equânime. Verificamos, também no microsistema jurídico, o princípio da facilitação da defesa dos direitos, que é um princípio informativo das relações de consumo.

---

<sup>93</sup> LISBOA, op. cit., p. 92.

<sup>94</sup> GRINOVER, 1998 apud SAAD, op. cit., p.193.



### 2.2.3 Princípio da informação

Tomasetti define informação como a palavra que “refere tanto o processo de formulação e transmissão de dados cognoscíveis<sup>95</sup>, como também estes últimos, na exata medida que estão no conteúdo e na resultante daquele processo”<sup>96</sup>. O direito à informação trata-se de um direito fundamental que visa a concreção das possibilidades objetivas de conhecimento e compreensão por parte do consumidor.

Assim, o princípio da informação<sup>97</sup> pode ser extraído no Código de Defesa do Consumidor a partir das disposições normativas que estão ligadas à informação, que consubstancia parte relevante do microsistema<sup>98</sup>.

Do princípio da informação surge o dever de informar. Alcides Tomasetti elenca os arts. 6º, II e III, 8º, 9º, 14, 30, 31, 36, 43, 44, 46, 54,

<sup>95</sup> Nas palavras do Professor Paulo Luiz Netto Lobo “cognoscível é o que pode ser conhecido e compreendido pelo consumidor”. E ainda comenta: “o consumidor objetivamente considerado é um tipo ideal, médio, para fins de identificação jurídica, ou seja, é o tipo médio a que se destina o produto ou o serviço. O tipo ideal ou médio é transpessoal, ultrapassa os interesses e condições individuais ou subjetivas e envolve o interesse coletivo de todos os destinatários, no tempo e no espaço. Sua configuração rejeita um juízo de valor universal, a exemplo do *bonus pater* famílias do direito antigo. Em alguns casos, o consumidor típico é qualquer um, inclusive o iletrado, para o qual a informação deve ser a mais simples e acessível possível, como se dá com os produtos alimentícios, postos à disposição em supermercados. Em outros casos, certo grau de informação técnica é necessário para o consumidor típico, como se dá com os produtos de informática”. LOBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 37, p. 59-76, jan./mar., 2001.

<sup>96</sup> TOMASETTI JUNIOR, Alcides, 1998 apud FRANZOLIN, op. cit., p. 216.

<sup>97</sup> O princípio da informação encontra-se consagrado na Constituição Federal, a partir dos artigos 1º, incisos II, III e IV, 5º, incisos XIV, XXXII, XXXIII, LXXII, 170, inciso IV, 220 e 221. Nesse sentido Alexandre David Malfatti classifica o princípio da informação como princípio constitucional implícito extraído da interpretação sistemática – atuando em conjunto com o processo de generalização – de outros princípios constitucionais: da dignidade da pessoa humana; da livre iniciativa; da construção de uma sociedade livre, justa e solidária, da erradicação da pobreza; da redução das desigualdades sociais e regionais; da promoção do bem de todos; da proteção à vida (e à saúde); da liberdade de expressão (intelectual, artística, científica e comunicação); do acesso à informação; da defesa do consumidor; da livre concorrência; do respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família. Não se tem dúvida, desta forma, do nível constitucional do princípio da informação nas relações de consumo. No âmbito constitucional, como já frisado, é possível constatar a densidade normativa do princípio da informação nas relações de consumo sob três proposições: a) direito de informação por parte do fornecedor (empresário); b) direito de ser informado por parte do consumidor (individual e coletivamente considerado). É justamente a raiz constitucional que possibilitou ao Código de Defesa do Consumidor explicitar no sistema da legislação ordinária o princípio da informação. MALFATTI, op. cit., p. 231.

<sup>98</sup> Cf. CAMPOS, Maria Luiza de Sabóia. *Publicidade: responsabilidade civil perante o consumidor*. São Paulo: Cultural Paulista, 1996. p.290.

parágrafos 3º e 4º e 60. Estes dispositivos justificam a transparência da informação como mecanismo de proteção do vulnerável<sup>99</sup>.

Muitos autores discorrem sobre princípio da transparência. Sérgio Cavaliere Filho<sup>100</sup> equipara o princípio da transparência ao princípio da informação, enfocando-os apenas como o dever que todos os fornecedores têm de dar as informações claras corretas e precisas aos consumidores.

Para a Professora Cláudia Lima Marques a transparência “significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre o fornecedor e consumidor”<sup>101</sup>.

Christoph Fabian em sua obra o *Dever de Informar no Direito Civil*, assim pondera:

A transparência demanda clareza sobre a situação jurídica do consumidor. Transparência jurídica significa que o consumidor deve saber quais são os seus direitos e deveres obrigacionais, oriundos do contrato. A transparência sobre a situação jurídica pretende dar para o consumidor a possibilidade de saber os seus deveres e direitos pelo contrato. O consumidor pode se informar amplamente sobre o conteúdo do contrato. Assim, a transparência jurídica assegura que o consumidor pode formar e manifestar livremente sua vontade negocial<sup>102</sup>.

A doutrina atual faz uma abordagem do princípio da transparência em conexão com o princípio da boa-fé<sup>103</sup>. É coeso que o princípio da informação

---

<sup>99</sup> Cf. FRANZOLIN, op.cit., p.218.

<sup>100</sup> CAVALIERI FILHO, Sérgio. O direito do consumidor no limiar do século XXI. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 35, p. 97-108, jul./set. 2000. p. 102.

<sup>101</sup> MARQUES, op.cit., 2002. p. 595.

<sup>102</sup> FABIAN, op. cit., p. 68.

<sup>103</sup> A relação da boa-fé ainda não está suficientemente discutida: para a compreensão da transparência como princípio próprio se pode alegar que ela vale apenas no direito do consumidor. Mas há também argumentos para compreender a transparência como subprincípio da boa-fé. *Ibid.*, p. 70.

possua estreita relação com o princípio da boa-fé, pois que a exigência de um comportamento transparente, verdadeiro e claro do fornecedor e do consumidor, verifica uma estreita conexão da boa-fé com o princípio da informação. Tal conexão será estudada adiante, quando explicitarmos o dever de informação como conduta relevante para a efetividade do princípio da boa-fé, no intuito de minorar o superendividamento do consumidor brasileiro.

Destaca-se, também, que o princípio da informação contém dois elementos que se completam: educação e informação. Carlos Ferreira de Almeida esclarece esta íntima conexão:

A informação e a educação estão estreitamente ligadas. Pela primeira, fornecem-se os dados sobre a situação de fato, sobre os direitos reconhecidos pela ordem jurídica e ainda sobre as vias práticas de os fazer impor, a segunda traduz-se numa assimilação crítica e integral, que confere a capacidade de escolha racionalizada e de atuação eficiente<sup>104</sup>.

Nos dizeres de Paulo Jorge Scartezzini citando Rubén Stiglitz:

*La obligación de informar constituye hoy una de las manifestaciones del espíritu de solidaridad que debe caracterizar estos tiempos, muy especialmente en los dominios del contrato donde deben acentuarse los escrúpulos.* Lembremos mais uma vez que um dos objetivos de nossa República Federativa é a construção de uma sociedade solidária (inciso I do art. 3º. da CF) e que um de seus fundamentos é a dignidade da pessoa humana (inciso III do art. 1º da CF)<sup>105</sup>.

---

<sup>104</sup> ALMEIDA, 1982 apud Malfatti, op. cit., p. 236.

<sup>105</sup> STIGLITZ, 1998 apud Guimarães, Paulo Jorge Scartezzini. *A publicidade ilícita e a responsabilidade civil das celebridades que dela participam*. São Paulo: RT, 2001. p. 80.

O direito de informação, decorrente de um dos princípios básicos do consumidor, esculpido no art 6º, inciso III do CDC, compreende um dever do fornecedor em comunicar ao consumidor todas as informações essenciais ao seu parceiro contratual, que se insere dentro das diversas ferramentas do *marketing*<sup>106</sup>, como na publicidade, na embalagem dentre outras.

O presente estudo não tem a finalidade de aprofundar-se na abordagem do direito de informar, mas sim demonstrar o dever de informar decorrente do princípio da boa-fé que gera uma impactação social, que será tratado no capítulo referente ao superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito.

---

<sup>106</sup> Por todo o capítulo referente às práticas comerciais (capítulo V), o CDC aponta quatro espécies de institutos jurídicos ligados diretamente às práticas do marketing: oferta (arts. 31, 32, 33 e 35), informação (arts. 30 e 31), publicidade (arts. 30, 35, 36 e 37) e apresentação (arts. 31 e 35). Em um primeiro momento, verifica-se que informação, publicidade e apresentação consistir-se-iam em espécies do gênero oferta; porém, a redação do art. 35, CDC, aparentemente equipara apresentação tanto à publicidade como à oferta, omitindo-se quanto à informação, deixando, portanto, a entender que pode haver apresentação ou publicidade que não se constitua em oferta. A necessária harmonização desses conceitos faz-se necessária para o correto entendimento do capítulo, o que passamos a expor. Apresentação é o ato pelo qual o fornecedor de serviços prestados aos consumidores, as informações fundamentais sobre o produto ou serviço oferecido. Trata-se de ato imprescindível; sua falta, ou de algum de seus elementos essenciais, pode ser tipificada, inclusive, como um crime de consumo, incorrendo o fornecedor nas penas previstas pelo art. 66, caput, do CDC. Portanto, a apresentação sempre será qualificada juridicamente como oferta, ou seja, vinculará o fornecedor em todos os seus aspectos. Trata-se, contudo, de um ato jurídico abstrato, o que vale dizer, implica ser a sua forma absolutamente livre, não exigindo o CDC nenhuma em especial. Poderá haver uma apresentação por meio de qualquer espécie de prática de marketing, das muitas existentes (inclusive através da publicidade). Nesse diapasão, tanto pode haver apresentação de produtos e serviços não publicitários como publicidade (ou outra prática promocional afim) que contenha uma apresentação. Publicidade pode ser definida como qualquer forma paga de apresentação impessoal e promoção de produtos e serviços, realizada por um patrocinador identificável. Quanto à informação, esta não pode existir isoladamente, não podendo, portanto, configurar-se como uma modalidade equiparável à apresentação e à publicidade. Diferentemente, a informação é conteúdo tanto da apresentação e publicidade como das técnicas do marketing. Porém, os conceitos oferta e publicidade e informação, não existem, ontologicamente, de forma exclusiva no mundo do Direito; neste, a exclusividade é da apresentação, entendida como o ato de prestar informações ao consumidor, pois, sendo ato obrigatório, uma eventual configuração metajurídica de apresentação não será somente metajurídica, mas sim antijurídica (ilícita) perante o Direito do Consumidor, ora em vigor. Há que se distinguir oferta, publicidade e informação em seus sentidos metajurídicos – o que significa, até mesmo, pertencente a outros ramos doutrinários, como economia, teoria do *marketing*, etc. – e seus respectivos correspondentes no mundo do Direito. A pedra do toque dessa distinção é o conceito de informação “suficientemente precisa”, contida no art. 30 do CDC. SANTOS, Fernando Gherardini. *Direito do marketing: uma abordagem jurídica do marketing empresarial*. São Paulo: RT, 2000. p. 134-135.

#### 2.2.4 Princípio da boa-fé objetiva e o sistema de defesa do consumidor

A proposta deste tópico é realizar uma análise da boa-fé no sentido objetivo, dentro da sistemática consumerista, visto que o CDC é o primeiro diploma a acolher o princípio de forma expressa nos seus arts. 4º, III e 51, IV.

O art. 4º., inciso I, do CDC instituiu, como princípio que deve balizar a orientação do intérprete, o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo. A vulnerabilidade revela uma preocupação protetiva para com o consumidor, que é a parte débil na relação. Esta vulnerabilidade precisa ser compatibilizada com o desenvolvimento econômico e tecnológico, o que faz imprescindível a manutenção do equilíbrio entre as partes no mercado de consumo. Atua, então, a boa-fé objetiva como referencial de conciliação destes interesses conflitantes<sup>107</sup>.

O princípio da boa-fé objetiva descrito no art.4º., III, é visto não só como defesa do vulnerável, mas também atua como critério auxiliar na viabilização dos ditames constitucionais sobre a ordem econômica, compatibilizando interesses contraditórios. Dentro desta sistemática, verifica-se que a boa-fé objetiva não é apenas um conceito ético, mas também econômico, ligado à funcionalidade econômica das interações sociais e contratuais do mercado.

No plano dos contratos de consumo, as partes são iluminadas pela boa-fé objetiva, visto que externamente o contrato assume uma função social e é visto como um dos fenômenos integrantes da ordem econômica; e, internamente, o contrato aparece como vínculo funcional que estabelece uma

---

<sup>107</sup> Cf. SILVA, Agathe E. Schimidt da. Cláusula geral de boa-fé nos contratos de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 146-161, jan./mar., 1996.

planificação econômica entre as partes, às quais incumbe comportar-se de modo a garantir a realização de seus fins e a satisfação das expectativas dos negociantes<sup>108</sup>.

Desse modo, relata Ruy Rosado de Aguiar:

O art. 4º do Código se dirige para o aspecto externo e quer que a intervenção na economia contratual, para a harmonização dos interesses, se dê com base na boa-fé, isto é, com a superação dos interesses egoísticos das partes e com salvaguarda dos princípios constitucionais sobre a ordem econômica através de comportamento fundado na lealdade e na confiança<sup>109</sup>.

Já o inciso IV do art. 51 do CDC dispõe sobre a utilização da cláusula geral de boa-fé como instrumento de controle das cláusulas abusivas. A cláusula geral, como tratado anteriormente, atua como critério definidor do exercício abusivo do direito. Deste modo, como cláusula geral, exige uma atividade criadora do juiz do caso<sup>110</sup> concreto.

Judith Martins-Costa assevera que:

as cláusulas gerais constituem o meio legislativo hábil para permitir o ingresso, no ordenamento jurídico, de princípios valorativos, expressos ou ainda inexpressos legislativamente, de *standards*, máximas de conduta, arquétipos exemplares de comportamento, das normativas

<sup>108</sup> Cf. AGUIAR JUNIOR, op. cit., p. 20-27.

<sup>109</sup> Cf. AGUIAR JUNIOR, op. cit., p. 22.

<sup>110</sup> Expressivas são as palavras de Cabral de Moncada ao explicar o papel do juiz. Diz que: “o juiz será, em muitos casos, não um deus *ex machina* de ordem jurídica, não um demiurgo caprichoso e arbitrário, mas uma espécie de oráculo inteligente que ausculta e define o sentido duma realidade espiritual que, em última análise, lhe é transcendente e possuidora de tanta objetividade como o direito já expresso e formulado na lei. Nisto consiste o seu particular poder criador do direito, condicionado e colaborante, como se vê, e não livre e arbitrário”. MONCADA, Cabral de. *Estudos filosóficos e históricos*. Coimbra: Acta Universitas Conimbrigensis, 1958. p. 214.

constitucionais e de diretivas econômicas, sociais e políticas, viabilizando a sua sistematização no ordenamento positivo<sup>111</sup>.

A cláusula geral reside numa técnica legislativa e exige que o juiz seja reenviado a modelos de comportamentos e valorações sendo direcionado pela cláusula geral e formar normas de decisão, vinculado a um padrão social<sup>112</sup>. No caso da cláusula geral de boa-fé no CDC, o juiz deverá se ater aos padrões de comportamento conforme a boa-fé objetiva, averiguando qual é a concepção vigente, através de pesquisa doutrinária e jurisprudencial<sup>113</sup>, pois não se trata de determinar, “por óbvio, qual é a sua própria valoração – esta é apenas um elo na série de muitas valorações igualmente legítimas com as quais ele a tem de confrontar e segundo as quais, sendo caso disso, a deverá corrigir”<sup>114</sup>.

O enunciado que contém a expressão boa-fé no CDC, incontestavelmente, é uma expressão dotada de alto grau de vagueza semântica, no qual o juiz do caso concreto deverá observar na sociedade e

<sup>111</sup> MARTINS-COSTA, op. cit., 2000. p. 274.

<sup>112</sup> Maria Cecília Nunes Amarante concebe que: “ocorre no espírito hermenêutico do juiz uma transmutação adaptadora de valores, por meio do qual ele atende à realidade nova, representada pela, cada dia mais premente, entrada dos chamados CONTRAENTE DEBOLE na ordem jurídica, como expressões de um interesse até então inominado e difuso. As cláusulas gerais vêm habilitar o sistema jurídico à possibilidade de ajuste às novas idéias, às novas realidades. Flexibilizam o sistema, abrindo ao aplicador da norma uma certa margem de liberdade. Integram a descrição do fato. Exaure-se no momento em que há o estabelecimento in concreto do ajuste perfeito entre o acontecimento de fato e o modelo normativo, predeterminado a solução . Um vasto universo de situações é compreendido pelo Direito. A atuação ordenadora do intérprete no caso concreto, quando tem por dever atender a vários fatores, ganha enorme relevância, não obstante estar adstrita ao âmago da atividade jurisdicional, reunida em feixe nos limites de competência que são outorgados ao juiz”. AMARANTE, Maria Cecília Nunes. *Justiça ou equidade nas relações de consumo*. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1997. p.116.

<sup>113</sup> Sobre os modelos jurisprudenciais diz Miguel Reale: “incluem-se entre os modelos jurídicos ou prescritivos. Estes, não são o mesmo que normas, constituindo suas especificações, geralmente resultando de uma pluralidade de normas que, entre si articuladas numa certa estrutura, compõem uma unidade lógica de sentido. Se determinada estrutura serve de base a uma série ordenada e conjugada de atos tendentes a alcançar certos objetivos visados, tem-se um modelo, que assim se apresenta como uma estrutura paradigmática, a qual, no campo das ciências sociais, notadamente no Direito, é marcada por um essencial dinamismo, sendo-lhe inerente o movimento a direção no sentido de um ou mais fins a serem solidariamente alcançados. Um modelo pode, assim, articular normas de hierarquia diversa, compondo, numa unidade de sentido, princípios constitucionais, regras infraconstitucionais e prescrições que resultam da atividade jurisdicional. Por isso é que, enquanto expressivas de modelos, as normas passam a ser captadas em sua plenitude só quando o intérprete atende à dinamicidade que lhes é inerente e à totalidade dos fatores que atuam em sua aplicação ou eficácia, ao longo de todo o tempo de sua vigência”. MARTINS-COSTA, op. cit., 2002. p. 100.

<sup>114</sup> MARTINS-COSTA, op. cit., 2000. p. 331.

precisar o que é essa “incompatibilidade com a boa fé”, constituindo uma tarefa eminentemente hermenêutica<sup>115</sup>, que é a ciência da interpretação da norma ao caso concreto<sup>116</sup>. O Direito do Consumidor é um ramo que busca uma maior aproximação com a vida<sup>117</sup>, bem como uma permanente busca do ponto de equilíbrio entre os elementos integrantes do processo. O magistrado é o intermediário entre a norma e a vida, “é o instrumento vivo que transforma a regulamentação individual das relações entre particulares; que traduz o

---

<sup>115</sup> Tércio Sampaio Ferraz Junior anota com argúcia este aspecto da hermenêutica jurídica quando observa sua função social. Assim ensina que: “a idéia de que a língua dos deuses é inacessível aos homens é antiga. Moisés era capaz de falar com Deus, mas precisava de Aarão para se comunicar com o povo. Hermes, na mitologia grega, era um intermediário entre os deuses e os homens, de onde vem a palavra hermenêutica. A dogmática hermenêutica faz a lei falar. A hermenêutica jurídica é uma forma de pensar dogmaticamente o direito que permite um controle das conseqüências possíveis de sua incidência sobre a realidade antes que elas ocorram. O sentido das normas vem, assim, desde o seu aparecimento, domesticado. Mesmo quando, no caso de lacunas, integramos o ordenamento (por equidade, por analogia, etc.) dando a impressão de que o intérprete está guiando-se pelas exigências do próprio real concreto, o que se faz, na verdade, é guiar-se pelas próprias avaliações do sistema interpretado. Essa astúcia da razão dogmática põe-se, assim, a serviço do enfraquecimento das tensões sociais, na medida em que neutraliza a pressão exercida pelos problemas de distribuição de poder, de recursos e de benefícios escassos. E o faz, ao torná-los conflitos abstratos, isto é, definidos em termos jurídicos e em termos juridicamente interpretáveis e decidíveis. [...] a hermenêutica possibilita uma espécie de neutralização dos conflitos sociais, ao projetá-los numa dimensão harmoniosa – o mundo do legislador racional – no qual, a tese, tornam-se dados decidíveis. Ela, não elimina, assim, as contradições, mas as torna suportáveis. Portanto, não as oculta propriamente, mas as disfarça, trazendo-as para o plano de suas conceptualizações. Repete-se, pois, na hermenêutica o que ocorre com a dogmática analítica. Enquanto esta, porém, exerce sua função ao isolar o direito num sistema, o saber interpretativo conforma o sentido do comportamento social à luz da incidência normativa. Ela cria assim condições para a decisão. Contudo, não diz como deve ocorrer a decisão. Para isso, existe um terceiro modelo dogmático que toma a própria decisão como seu objeto privilegiado.” FERRAZ JUNIOR, op. cit., p. 308-309.

<sup>116</sup> Consagrando os dizeres de Carlos Maximiliano que ensina: “A hermenêutica jurídica tem por objeto o estudo e a sistematização dos processos aplicáveis para determinar o sentido e o alcance das expressões do direito [...] Para (aplicar o direito) se faz mister um trabalho preliminar; descobrir e fixar o sentido da regra positiva; e, logo depois, o respectivo alcance, a sua extensão. Em resumo, o executor extrai da norma tudo o que na mesma contém; é o que se chama de interpretar”. MAXIMILIANO, Carlos. *Hermenêutica e aplicação do direito*. Rio de Janeiro: Forense, 1996. p. 1.

<sup>117</sup> Maria Cecília Nunes Amarante observa com muito acerto: “ao dialogar com a vida, o Juiz prima pela imprescindibilidade de alcançar a segurança no seio das relações em sociedade, pelo atendimento à necessidade de descobrir um denominador comum que seja o ponto de ligação entre a norma jurídica e o fato. E nesse percurso de conhecimento do Direito para o caso concreto, o espaço é aberto ao mecanismo de propulsão da atuação viva do ordenamento jurídico, ou seja, dá exuberância à equidade. Esta exuberância é permitida pelas cláusulas gerais que, de forma inconfundível, pertencem ao plano dos conceitos de direito equitativo. As cláusulas gerais, por certo, exigem uma atividade valorativa por parte do juiz. O grau de generalidade e abrangência ganha vulto e a atitude de subsunção à hipótese legal é substituída pela atividade judicial na constituição do processo de verdadeira concreção, na construção de um direito justo”. AMARANTE, op. cit., p. 120-121.



comando abstrato da lei no comando concreto entre as partes, formulando a sentença. O juiz é a vivo *vox iuris*<sup>118</sup>.

No que tange às cláusulas gerais, Béatrice Jaluzot aponta:

*L'une des particularités de la clause générale est la technique de sa mise en œuvre, elle ne peut l'être directement par le juge. Elle doit passer par certains intermédiaires, à cet égard la théorie des intérêts a été développée. Le droit allemand a été le premier à approfondir la notion de clause générale et à analyser les moyens de son application [...] Une clause générale est une règle qui a pour caractéristique d'être dépourvue de condition d'application déterminée ainsi que de conséquence juridique précise. Elles sont vagues, abstraites ou générales [...] La principale caractéristique de ce type de norme est qu'elle n'est pas directement applicable par le juge contrairement aux règles juridiques traditionnelles [...] Ceci signifie que le juge doit d'abord déterminer les valeurs présents<sup>119</sup>.*

Como bem observa Béatrice Jaluzot, o mais célebre exemplo de cláusula geral é o do § 242 do Código Civil alemão<sup>120</sup> assim redigido; “o dever deve cumprir a prestação tal como o exija a boa-fé, com consideração pelos costumes do tráfico”<sup>121</sup>. Os doutrinadores afirmam que § 242 veio a constituir um elemento fundamental para uma nova compreensão da relação obrigacional.

Fez bem o legislador do CDC ao confiar no Judiciário brasileiro e incluir de forma expressa o princípio da boa-fé objetiva como cláusula geral dos contratos, promovendo o Direito dos juízes (*Richterrecht*)<sup>122</sup> como produto das influências jusculturais do Código Civil alemão.

<sup>118</sup> Cf. FERRARA, Francesco. *Interpretação e aplicação das leis*. Tradução de Manuel Domingos de Andrade. Coimbra: Arménio Amado, 1987. p. 111.

<sup>119</sup> JAZULOT, op.cit., p. 75.

<sup>120</sup> *Leistung nach Treu und Glauben] Der Schuldner ist verpflichtet, die Leistung so zu bewirken, wie Treu und Glauben mit Rücksicht auf die Verkehrsitte es erfordern.*

<sup>121</sup> CORDEIRO, op. cit., p. 325.

<sup>122</sup> Cf. MARQUES, op. cit., 2002. p. 207.

### 2.3 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Conforme pondera Gèrard Cas<sup>123</sup> “a sociedade industrial engendrou uma nova concepção de relações contratuais que têm em conta a desigualdade de fato entre os contratantes. E conclui que dessa forma, “o legislador procura proteger os mais fracos contra os mais poderosos, o leigo contra o informado; os contratantes devem sempre curvar-se diante do que os juristas modernos chamam de ordem pública econômica”.

Prossegue ainda o citado autor dizendo que, nos países que permaneceram fiéis a uma economia fundada na livre iniciativa, a organização das relações econômicas estabelecidas pelo Estado responde às necessidades de uma sociedade que não aboliu as regras jurídicas tradicionais.

Assim, na França, por exemplo, os textos de inspiração dirigente da economia do Estado, regendo o consumo, coexistem com o Código Civil, nascido da filosofia ultraliberal do século XVIII, onde figura ainda em lugar destacado o princípio da liberdade contratual plena e absoluta, tendo como parâmetro a plena autonomia da vontade individual.

Subsiste, por conseguinte, o princípio da plena liberdade contratual, sobrevivendo, porém, diversos outros instrumentos reguladores visando, exatamente a impedir, as chamadas “cláusulas abusivas”, que como veremos, é uma das causas do superendividamento do consumidor.

Ao tratar da proteção jurídica do consumidor, o doutrinador espanhol Eduardo Polo<sup>124</sup> também aponta para o caráter interdisciplinar do Direito do Consumidor e, por conseguinte, em face de tal amplitude de interesses, o autor

---

<sup>123</sup> CAS, Gèrard, *La défense Du consommateur*, Paris, Presses Universitaires de France, 1980, p.9.

<sup>124</sup> POLO, Eduardo, *La protección del consumidor en el Derecho Privado*, Madrid, Editorial Civitas S.A., 1980, p.22.

em pauta acaba por apontar para a dificuldade de delimitar-se o campo de atuação dos referidos direitos.

Conforme sintetizado por Thierry Bourgoignie<sup>125</sup>, o Direito do Consumidor “vale pelo reconhecimento de um sem-número de direitos ao consumidor e pela elaboração de um conjunto normativo específico, para a realização dos objetivos do movimento que visa a assegurar a promoção dos interesses do consumidor”.

A Organização das Nações Unidas, a seu turno, promulgou a Resolução n. 39/248, isto em 10.04.1985, resolução essa que também se refere àqueles direitos fundamentais dos consumidores, direitos esses universais e indisponíveis, fazendo eco, aliás, com a própria doutrina dos direitos humanos.

Como princípios gerais, diz o item 2 da referida Resolução ONU 39/248 que os governos devem desenvolver, reforçar ou manter uma política firme de proteção ao consumidor, considerando as normas abaixo discriminadas”, acrescentando ainda que, ao fazê-lo, “cada governo deve determinar suas próprias prioridades para a proteção dos consumidores, de acordo com as circunstâncias econômicas e sociais do país e as necessidades de sua população, verificando os custos e benefícios das medidas propostas.

É no item 3 da Resolução ONU 39/248 que se encontra a síntese das normas de proteção a que alude o de n. 2, a saber:

As normas servirão para atingir as seguintes necessidades:

- a) proteger o consumidor quanto à prejuízos à saúde e segurança;

---

<sup>125</sup> BOURGOIGNIE, 1982, apud GRINOVER, et al, op. cit., p. 119.

- b) fomentar e proteger os interesses econômicos dos consumidores;
- c) fornecer aos consumidores informações adequadas para capacitá-los a fazer escolhas acertadas de acordo com as necessidades e desejos individuais;
- d) educar o consumidor;
- e) criar possibilidade de real ressarcimento do consumidor;
- f) garantir a liberdade para formar grupos de consumidores e outros grupos ou organizações de relevância e oportunidades para que estas organizações possam apresentar seus enfoques nos processos decisórios a ele referentes.

Referidos direitos fundamentais ou básicos, aliás, já haviam sido propostos pelo presidente John Kennedy, em célebre declaração feita no dia 15 de março de 1962, sendo nesta data, por sinal, que se comemora o Dia Internacional do Consumidor.

Eis, pois, uma síntese filosófica que animou os membros da comissão especial do extinto Conselho Nacional de Defesa do Consumidor ao elaborar o anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor.

Impende ressaltar que, no Brasil, o legislador consumerista identificou um sujeito de direitos especiais, o consumidor, e construiu, para esse sujeito, um sistema de normas e princípios orgânicos para protegê-lo e efetivar seus direitos. A identificação desse novo sujeito de direitos, deste grupo de não-iguais, de vulneráveis, nos arts. 1º a 4º, não estaria completa se não houvesse a

lista de direitos básicos no art. 6º do CDC. No caso brasileiro, trata-se da realização de um direito fundamental de proteção do Estado para o consumidor. O consumidor foi identificado constitucionalmente como agente a ser necessariamente protegido de forma especial, e esta tutela foi concretizada através do CDC e sua lista de direitos básicos do consumidor.

Os consumidores possuem direitos básicos<sup>126</sup> previstos na Legislação consumerista, visto que o Sistema de Defesa do Consumidor foi construído no sentido de concretizar uma proteção integral aos não iguais, identificando um novo sujeito de direitos.

Dentre os direitos básicos do consumidor, identificamos a possibilidade de revisão dos contratos, prevista no inciso V do art. 6, do Código de Defesa do Consumidor brasileiro como de grande relevância na defesa do consumidor superendividado. Dessarte, abordaremos o referido artigo no quarto capítulo deste trabalho, que versará justamente sobre o superendividamento do consumidor como hipótese de revisão judicial dos contratos de crédito.

---

<sup>126</sup> Art. 6º. São direitos básicos do consumidor: I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas; VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados; VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências; IX - (Vetado); X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

**CAPITULO III**

**CRÉDITO AO CONSUMIDOR: DADOS HISTÓRICOS SOBRE O  
SURGIMENTO DO CRÉDITO E REFLEXÕES SOB UMA PERSPECTIVA DO  
DIREITO COMPARADO – DIMENSÃO BRASILEIRA DO CRÉDITO AO  
CONSUMIDOR – EXPANSÃO DO CRÉDITO - SUPERENDIVIDAMENTO DO  
CONSUMIDOR – VALORES, ATITUDES E COMPORTAMENTOS DOS  
SUPERENDIVIDADOS**

**3.1 CRÉDITO AO CONSUMIDOR: DADOS HISTÓRICOS SOBRE O  
SURGIMENTO DO CRÉDITO**

Charles Gide, pensador dos séculos XIX-XX, advertia que “o crédito pode se tornar muito perigoso para aquele que o utiliza, existindo um crédito mais perigoso ainda, aquele que tem a finalidade de facilitar o consumo”<sup>127</sup>.

---

<sup>127</sup> GIDE, Charles. apud in COSTA, Geraldo de Faria Martins. Direitos do Consumidor Endividado. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo: RT, n. 43, p. 259-272, jul. - set.2002.

A existência do crédito remonta das próprias necessidades humanas, bem como de sua constante evolução. Como se sabe, em passado remoto nossos ancestrais produziam apenas o necessário à sua subsistência. Com o passar do tempo, perceberam que em certos períodos, como no inverno, tinham alguma dificuldade de encontrar os alimentos necessários à sobrevivência, quando passaram ao sistema do armazenamento. A partir desse momento, quando a força física perdia sua importância fundamental, os produtos armazenados começaram a ser trocados entre as aldeias próximas, de acordo com o interesse de cada uma, como uma troca de favores.

A diferença de natureza dos produtos trocados fez surgir uma espécie de câmbio propriamente dito, por exemplo, uma pele de leopardo equivaleria a certa quantidade de verduras, o que veio a ensejar a comercialização destes produtos. Neste momento apareceu a necessidade de criação de um produto padrão que permitisse a equivalência dos produtos comercializados, o que se expressou pela cunhagem de moedas, quando da descoberta e desenvolvimento das ligas metálicas.

Cada região cunhava sua moeda, diferentes portanto, motivo que enseja o nascimento da figura do cambista, que eram as pessoas que trocavam moedas de diferentes países, a pedido dos interessados, recebendo uma parcela em pagamento.

Segundo narra o professor Antônio Carlos Efiging:

Os cambistas eram célebres em Veneza, por ter sido o grande centro comercial da época, onde ficavam sentados em bancos em frente às suas casas esperando os navios para efetuar a troca. Por este motivo passaram a ser denominados “banqueiros”. O volume

dos negócios aumentava e a segurança os levou a operar dentro de suas casas, que passaram a ser conhecidas como “bancos”.<sup>128</sup>

Os mercadores confiavam nos banqueiros, e, quando a quantidade de produtos transportados era grande, com medo da pirataria, depositavam mercadorias e quantias em dinheiro nos bancos, mediante recebimento de uma espécie de “comprovante de depósito”. Os banqueiros eram autorizados a negociar a mercadoria depositada, prestando contas posteriormente, o que dava aos comprovantes de depósito a característica de documentos expressivos de crédito concedido, inclusive negociáveis. Dessa prática nasceram as letras de câmbio, as notas promissórias, os cheques e o sistema de venda a crédito, instrumentos que facilitaram o comércio e conseqüentemente estimularam o superendividamento do consumidor.

## **3.2 REFLEXÕES SOBRE UMA PERSPECTIVA DO DIREITO COMPARADO**

### **3.2.1 Origem e evolução do crédito ao consumo nos EUA**

O crédito aos consumidores vulgarizou-se na generalidade das economias de mercado mais desenvolvidas, passando a constituir, para muitas famílias, uma forma de gestão corrente do seu orçamento.

A democratização do crédito remonta aos Estados Unidos da América, 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

---

<sup>128</sup> EFING, Antônio Carlos, Bancos de Dados e Cadastro de Consumidores. Biblioteca de Direito do Consumidor - 18. São Paulo: RT, 2002.p.21



automóvel, transformando-o num mecanismo fundamental para dinamizar a economia nacional<sup>129</sup>.

De fato, a economia americana cedo compreendeu os efeitos positivos do crédito aos consumidores no plano macroeconômico, pelo que baseou grande parte do seu crescimento na expansão do crédito a particulares. Segundo Gary Cross<sup>130</sup>, os EUA não se transformaram na grande potência mundial do século XX por causa da vitória das suas idéias políticas, mas da sua sociedade de consumo, ou seja, de uma sociedade caracterizada pela aquisição e utilização individuais de bens produzidos em massa.

A expansão do crédito foi mais tardia nos países europeus ocidentais, descendo do Norte para o Sul, da reforma para a contra-reforma, dos países de tradição protestante para os de tradição católica.

### **3.2.2 Aparição do *Consumer Credit* na Grã Bretanha**

A venda a crédito dos produtos de primeira necessidade legalizada pela lei de 1572, e também tão corriqueira, fez com que surgissem as grandes lojas de departamentos inglesas e as cooperativas varejistas.

Em 1881, a Providence Clothing Company instaura facilidades de pagamento. Para os clientes, era preferível então comprar uma roupa nova a crédito do que pagar juros para recuperar uma vestimenta usada. É também no decorrer do século XIX que aparece e se desenvolve a locação-venda em bases muito diferentes daquelas do empréstimo como penhor. Inspirada na

---

<sup>129</sup> FRADE, Catarina. Mediação do sobreendividamento: uma solução célere e de proximidade. *Themis*, n.11, p.201-213

<sup>130</sup> Cross, Gary apud MARQUES, Cláudia (org.). *Direitos do Consumidor Endividado – Superendividamento e Crédito* – Biblioteca de Direito do Consumidor – 29. São Paulo: RT: 2006. p.24

origem nos métodos franceses de aluguel com opção de compra em móveis de luxo, ela é utilizada para pianos, máquinas de costura, móveis e é endereçada a uma clientela acostumada a pouco risco.

Em 1968, um comitê presidido por Lord Crowther examina a situação caótica da legislação creditícia e analisa, ponto por ponto, os impactos do crédito ao consumidor na sociedade britânica. O relatório termina sua análise com essas palavras:

Nossa principal conclusão é que o crédito ao consumidor é benéfico, porque ele contribui utilmente no padrão de vida e no bem estar sócio-econômico da maioria da população britânica. Para resumir, nós acreditamos que o primeiro princípio da política social deve tratar os usuários do crédito ao consumidor como adultos plenamente capazes de gerenciar seus próprios negócios financeiros e não ter sua liberdade de acesso restringida sob o pretexto de proteger uma pequena minoria que se coloca em dificuldade.<sup>131</sup>

Publicado em março de 1971, ele culmina finalmente no “Consumer Credit Act” de 31 de julho de 1974. Esta lei é um texto extremamente complexo e completo que, como seu nome indica, globaliza o acesso ao crédito. Ela cria um quadro geral regendo o conjunto de empréstimos ao consumidor inferiores a 15.000 libras. Seu campo de aplicação cobre as licenças de exploração, o sistema de concessão de crédito, o cálculo das taxas de juros, a documentação e a publicidade destinadas aos consumidores, assim como os procedimentos de arbitragem e os regulamentos do contencioso. Os decretos para a aplicação desta lei levaram mais de dez anos para aparecer.

---

<sup>131</sup> GELPI, Rosa-Maria. *Historie Du Crédit à la consommation*. Paris. Editions la Decouverte. Textes à l'appui/série économie...p.179

Trata-se da coroação de uma evolução legislativa intensa tomando-se em conta a extraordinária riqueza do mercado inglês.

### **3.2.3 Visão francesa do crédito ao consumo**

Na França o crédito ao consumidor se desenvolveu de uma maneira um pouco envergonhada, limitando sua aplicação nas pequenas lojas que fizeram dele uma arma contra seus concorrentes. Apesar desse terreno ideologicamente pouco favorável, esses primeiros movimentos foram responsáveis pela criação do crédito moderno ao consumidor surgido no decorrer da segunda metade do século XIX.

Em meados de 1900, inúmeros magazines em Paris como no interior, compreenderam que não é possível satisfazer a população sem colocar à disposição de seus modestos salários uma maneira de pagar que lhes permita comprar bens que, num primeiro momento, se revelam acima de suas posses. Sistematizou-se então a venda através de carnês. Seus vendedores percorriam suas zonas de atuação com catálogo na mão. Fidelidade das famílias, intimidade com os vendedores, o ciclo passou por gerações.

Na França, como em outros lugares, o crédito moderno ao consumidor serviu de ligação entre as necessidades mais fortes e os produtos mais diversificados.

Seu desenvolvimento na França após a década de cinquenta interveio no ambiente econômico favorável de forte crescimento. Os sinais mais claros da melhoria do nível, depois da guerra, a ela estão ligados

diretamente: aumento do número de carros e mais conforto no interior das casas.

Em 1954, o Conselho Nacional de Crédito regulamenta a duração e a quantia máxima de crédito com alimentação feita como proteção ao consumidor. Finalmente a Lei Scrivener de 10 de janeiro de 1978 “relativa à informação à proteção dos consumidores no setor de certas operações de crédito” e as Leis de 23 de junho de 1989 e de 31 de dezembro de 1989, chamadas Leis Neirtz representam hoje o corpo da legislação básica no qual se encontra hoje o crédito ao consumidor na França.

Essas leis fixam as condições gerais das operações de crédito, e, em particular, as disposições concernentes à publicidade sobre o custo dos créditos a formalidade dos contratos, os prazos de reflexão e cancelamento oferecidos aos consumidores, o vínculo entre o contrato de empréstimo e o contrato de venda do material pelo vendedor, a execução do contrato de crédito, assim como mecanismos de renovação de vantagens permanentes que alguns preferem chamar de “créditos renováveis” para evitar conotações negativas devidas a atraso no pagamento. Esse conjunto de leis fizeram do consumidor francês um dos mais protegidos do mundo.

### **3.3 DIMENSÃO BRASILEIRA DO CRÉDITO AO CONSUMIDOR**

A inserção do crédito ao consumo no Brasil tem como ponto de partida o surgimento dos bancos de dados de proteção ao crédito. Antônio Bertram Stümer esclarece que, antes dos anos 50, houve notável expansão do sistema de concessão direta de crédito pelo comerciante, o que gerou a

necessidade de o lojista obter, cada vez mais, um número maior de informações.<sup>132</sup>

A concessão de crédito era demorada, trabalhosa e complexa. O candidato ao crédito preenchia um longo cadastro de informações. A loja, por sua vez, possuía um quadro de funcionários com a função chamada de informante. Percebeu-se naturalmente, que a coleta de informações seria muito mais ágil, eficaz e barata se exercida por entidade voltada, com exclusividade, para tal fim. Em julho de 1955, vinte e sete comerciantes reuniram-se em Porto Alegre, na sede da associação de classe, para fundar o Serviço de Proteção ao Crédito – SPC. Poucos meses depois, em outubro de 1955, foi instituído em São Paulo sistema semelhante. Em 1962, foi a vez de Belo Horizonte.<sup>133</sup>

Todavia, a modernização do crédito brasileiro só vai ocorrer a partir da reforma do Sistema Financeiro em 1965. Um dos desdobramentos desta reforma foi a instituição do crédito direto ao consumidor (CDC), com a emissão de novos papéis regulamentadores através da resolução n. 45 de 31 de dezembro de 1966 que obriga as financeiras a destinar 40% (quarenta por cento) dos seus recursos para o crédito direto ao consumidor.

A adoção dessa nova política gerou uma expansão imediata sobre o movimento dos negócios em geral. Belik afirma que no período compreendido entre 1965 e 1975 a demanda por bens de consumo cresceu em média 20% (vinte por cento) ao ano.<sup>134</sup>

---

<sup>132</sup> STÜMER, Antônio Bertram, Banco de Dados e Habeas Data no Código do Consumidor. Revista de Direito do Consumidor 01, mar.1992. São Paulo: RT, p.59

<sup>133</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. O Consumidor e os Limites dos Bancos de Dados de Proteção ao Crédito. São Paulo: RT, 2003.p.28

<sup>134</sup> BELIK, Walter. Estabilização econômica e inadimplência do consumidor. Centro de Tecnologia do Varejo do SENAC. São Paulo,p.3.

Na mesma linha expansionista, o implemento do Real foi visto pelos consumidores como uma nova oportunidade de renovar os seus ativos e retomar a sua qualidade de vida. A grande diferença observada com relação aos períodos passados era de que, desta vez, não havia escassez de produtos nas lojas. Pelo contrário, com a abertura comercial e com a taxa de câmbio supervalorizada a situação era francamente favorável ao consumidor.

Nesta época, havia o receio por parte das autoridades do governo de que, em termos macro econômicos, a continuidade da explosão de consumo poderia representar até mesmo algum tipo de pressão inflacionária a se manter a mesma capacidade instalada e o mesmo nível de investimento. Os anos de 1995 e 1996 mostraram que nada disso ocorreu.

Por outro lado, o aumento do consumo de crédito, hoje, esbarra em um teto, além do qual não consegue superar, especialmente em razão da inadimplência do consumidor-tomador. Outrora visto como um elemento macroeconômico de menor importância, o endividamento do consumidor assumiu peso cada vez maior na política de crédito, bem como posição de destaque no judiciário brasileiro, fruto do crescimento no número de litígios que versam sobre relações de consumo.

### **3.4 EXPANSÃO DO CRÉDITO NA ECONOMIA MODERNA**

A oferta de crédito fácil e rápido é tão ostensiva que o consumidor precisa travar três diferentes batalhas: uma contra si mesmo e seu desejo de “ter”; outra contra a avalanche virtual da publicidade via televisão, Internet, telefone, etc.; e uma terceira contra o ataque físico, quando, caminhando ou

dirigindo pelas ruas da cidade, é incessantemente abordado por homens e mulheres de panfleto em punho.

O consumo atual preenche uma dupla função, do ponto de vista do indivíduo: satisfação de necessidades e realização de desejos. Nesse contexto, o crédito aos consumidores contribui para a realização pessoal, expressa simbolicamente por um nível de vida melhorado. Simultaneamente, permite a criação de novas identidades culturais e de novas oportunidades de participação social, distintas do sistema eleitoral e político, dando origem ao que Cross<sup>135</sup> designa por “democracia do gasto”.

O crédito passou a ser uma constante no primeiro ciclo de vida das famílias, quando estas procedem à aquisição de equipamentos indispensáveis à autonomia familiar e econômica. A aquisição de bens através do recurso ao crédito é o resultado de uma expansão e densificação das necessidades e das práticas de consumo. O crédito está hoje fortemente associado a esses novos padrões de consumo, acompanhando de perto as suas tendências e oscilações.

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 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 constituiu um termo de comparação para

---

<sup>135</sup> CROSS apud FRADE, Catarina. Mediação do sobreendividamento: uma solução célere e de proximidade. Themis, n.11, p.201-213

o indivíduo, informando-o sobre o que deve ou não ser feito, ajudando-o a decidir. Certos tipos de consumos não podem ser descontextualizados ou mesmo conotados como supérfluos na medida em que não constam da lista das prioridades elementares do indivíduo. Do ponto de vista subjetivo, a sua não realização pode acarretar prejuízos relacionados, por exemplo, com a não inclusão num círculo social com repercussões diretas no bem-estar psicológico. Assim, um indivíduo que se encontre inserido num contexto social em que a manifestação de bens materiais seja valorizada e não tiver recursos suficientes que lhe permitam a aquisição desse tipo de bens, encontra no crédito uma via para alcançar esse reconhecimento social. Nesse sentido, o crédito ao consumo é o melhor agregador social já criado pelo homem.<sup>136</sup>

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 famílias. No entanto, há sempre o risco de algo correr mal, de sobrevir um acontecimento na vida de um devedor que o impeça de continuar a cumprir os seus compromissos financeiros. Nesta situação, o superendividamento ou insolvência torna-se inevitável. E esse é o risco que a expansão da *open credit society* de matriz norte-americana traz inevitavelmente consigo.

### **3.5 SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR**

O endividamento do consumidor é, na atualidade, um dos temas mais instigantes e socialmente relevantes, no que respeita à proteção do

---

<sup>136</sup> GELPI, Rosa Maria. Op.cit. . p.135-137.



consumidor. O endividamento é um fato inerente à vida em sociedade, ainda mais comum na atual sociedade de consumo. Para consumir produtos e serviços, os consumidores estão, quase todos, constantemente se endividando. A nossa economia de mercador seria, pois, por natureza, uma economia do endividamento.

De efeito, o endividamento é fenômeno intrínseco à sociedade moderna, na qual o cidadão adquire status em sua comunidade na proporção dos bens que consome: quem tem mais é mais!

Entremeiam-se no estudo do superendividamento inevitavelmente conhecimentos de natureza sociológica, ética, política, psicológica, econômica e jurídica.

### **3.5.1 Conceitos e desenvolvimento da fenomenologia do superendividamento**

Podemos definir este fenômeno, citando a professora Cláudia Lima Marques<sup>137</sup>, “como a impossibilidade global do devedor pessoa-física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo”.

De acordo com o texto da lei especial francesa de 31.12.1989, citada e traduzida pela professora Cláudia Lima Marques<sup>138</sup>, “considera-se superendividado o devedor de boa-fé com impossibilidade manifesta de fazer frente às dívidas não profissionais exigíveis e não pagas.

---

<sup>137</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 4.ed. São Paulo: RT, 2002. p.690.

<sup>138</sup> Idem.

Na Europa, Leitão Marques<sup>139</sup> ensina que o superendividamento é um fenômeno estrutural, daí dever ser tratado de forma global:

O superendividamento ou sobreendividamento, também designado por falência ou insolvência de consumidores, refere-se às situações em que o devedor se vê impossibilitado, de uma forma durável e 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 tornem exigíveis.

A doutrina européia distingue o superendividamento passivo, ou seja, se o consumidor não contribuiu ativamente para o aparecimento dessa crise de solvência e de liquidez, do superendividamento ativo, quando o consumidor abusa do crédito e consome demasiadamente acima das possibilidades de seu orçamento, sendo que, mesmo em condições normais, não teria como fazer face às dívidas assumidas<sup>140</sup>.

Essa doutrina européia é importante, ressalta Fábio Ulhoa, uma vez que, acompanhando a objetivação das condutas, tenta fugir da idéia de culpa subjetiva contratual do consumidor endividado, e tende a superar a diferença entre fatos subjetivos e objetivos supervenientes, preferindo analisar o inadimplemento global do consumidor de boa-fé ou o superendividamento como sendo ativo ou passivo<sup>141</sup>.

No caso do superendividamento passivo, a causa não é o abuso ou má administração do orçamento familiar, mas um “acidente da vida”. Efetivamente, tanto os acidentes da vida, tais como, desemprego, redução de salários, divórcio, doenças, acidentes, mortes, nascimento de filhos; e o abuso

---

<sup>139</sup> LEITÃO MARQUES, Maria Manuel et AL. O endividamento dos consumidores. Lisboa: Almedina, 2000. p.2.

<sup>140</sup> Idem.

<sup>141</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial. São Paulo: Saraiva, 2002. v.3, p.233

de crédito podem criar uma crise de solvência ou de liquidez, por exemplo, baixa imprevisível dos recursos, alta das taxas de juros, alta ou baixa do dólar, para indivíduos e para famílias, levando à impossibilidade de fazer frente ao conjunto de seus débitos atuais e futuros<sup>142</sup> impossibilidade de pagamento de boa-fé, que a doutrina corretamente denominou de superendividamento.

Este fenômeno instala-se também em países emergentes como o Brasil. A massificação do acesso ao crédito, a forte privatização dos serviços essenciais e públicos, agora acessíveis a todos, com qualquer orçamento, mas dentro das duras regras de mercado, a nova publicidade agressiva sobre crédito popular, a nova força dos meios de comunicação de massa e a tendência de abuso impensado do crédito facilitado e ilimitado no tempo e nos valores, inclusive com descontos em folha e de aposentados, pode levar o consumidor e sua família a um estado de superendividamento. Trata-se de uma crise de solvência e liquidez, que facilmente resulta em sua exclusão total do mercado de consumo, parecendo uma nova espécie de “morte civil”, a “morte do homo economicus”<sup>143</sup>.

### **3.5.2 Natureza Jurídica do superendividamento**

O estudo do superendividamento, por tratar-se de uma entidade pouco explorada pela ciência dogmática do direito, aparece sob as mais diversas rubricas, as quais, muitas vezes, dificultam a compreensão de sua

---

<sup>142</sup> Segundo o art. L. 330-1 do Code de La Consommation Francês: “l'impossibilité manifeste pour Le débiteur de bonne foi de faire face à l'ensemble de ses dettes non professionnelles exigibles et à échoir. [www.legifrance.gouv.br](http://www.legifrance.gouv.br). Último acesso em : 16.08.2009.

<sup>143</sup> LORENZETTI, Ricardo Luís; MARQUES, Cláudia Lima. Contratos de servicios a los consumidores. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni,2005.p.390.

unidade lingüística. Tal fato, por si só, justifica uma análise semântica preliminar antes do estudo de sua natureza jurídica.

O aspecto onomasiológico da palavra superendividamento, isto é, o seu uso corrente para a designação de um fato, traz a percepção de um estado de passividade obrigacional. Neste sentido, superendividado é aquele que possui muitas dívidas, é aquele que compõe o pólo passivo de diversas prestações, podendo ou não vir a inadimpli-las.

Todavia, é fácil notar que o aspecto onomasiológico do superendividamento não é um problema em si mesmo. Isto 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.<sup>144</sup>

Desse modo, 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 maneira eventual, ou seja, a falta de cumprimento de uma obrigação aqui e acolá, pois esta questão está inserida no estudo da teoria geral da inexecução obrigacional, cujas regras e conseqüências jurídicas estão dispostas nos arts. 389 a 420 do Código Civil.

Assim, as hipóteses de inadimplência obrigacional estarão afetas a idéia de superendividamento, mais precisamente ao aspecto jurídico-semasiológico desse termo, quando identificar um estado em que o

---

<sup>144</sup> Marques, Maria Manoel Leitão. *op.cit.*, p.2

consumidor, como já explicitou Maria Manuel Leitão Marques, “se vê impossibilitado, de uma forma durável ou estrutural, de pagar o conjunto das suas dívidas, ou mesmo quando existe uma ameaça séria de que o não possa fazer no momento em que elas se tornaram exigíveis.”<sup>145</sup>

Contudo, a lição da doutrinadora portuguesa não é suficiente para determinar a natureza jurídica do superendividamento, porque a compreensão desse instituto demanda um processo hermenêutico que parte do conceito de *animal laborans* introduzido por Hannah Arent<sup>146</sup>, justamente porque ele, assim como o consumidor superendividado, é movido por uma necessidade, qual seja, a manutenção de uma sobrevivência social.

Sobre o tema, Hannah Arent explicita que:

Para o *animal laborans*, sujeito aos processos devoradores da vida e constantemente ocupados com eles, a durabilidade e a estabilidade do mundo são basicamente representadas pelos instrumentos e ferramentas que utiliza; e, numa sociedade de operários, os instrumentos podem perfeitamente assumir caráter ou função mais que meramente instrumental.<sup>147</sup>

A sociedade dominada pela idéia do animal laborans, ou seja, a sociedade de operários ou sociedade de consumo, é aquela que impõe uma mentalidade massificada que uniformiza coisas e seres humanos para, depois, no dizer de Tércio Sampaio Ferraz Júnior, “desvalorizar tudo, transformando coisas e homens em bens de consumo, isto é, bens não destinados a permanecer, mas serem confundidos com o próprio sobreviver”<sup>148</sup>.

---

<sup>145</sup> Idem

<sup>146</sup> ARENT, Hannah. A Condição Humana. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000, p.155

<sup>147</sup> Idem, p.157

<sup>148</sup> FERRAZ Jr., Tércio Sampaio. Introdução ao estudo do direito. 4ªEd. São Paulo: Atlas,p.27.

Assim, ciente da descartabilidade social do consumidor, superendividamento não pode ser encarado meramente como um estágio de inadimplência obrigacional como o faz Leitão Marques, 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.

Contudo, esses interesses, especialmente nas relações sociais com os credores, encontram-se incompatíveis, exigindo-se fórmulas capazes de harmonizá-las ou de resolver o conflito, tendo em vista o sentido e a importância da manutenção do consumidor na ordem econômica. Desse modo, a essência da tutela jurídica do superendividamento impõe aos credores-fornecedores solidarizar-se aos consumidores, pois na relação obrigacional do consumo de crédito existem aspectos importantes da vida humana, desse modo a proteção à autonomia privada deve ser menor quando estiverem em jogo bens essenciais para a vida humana como dignidade, justamente o caso do direito ao acesso do crédito ao consumo.

Conseqüentemente, a natureza do superendividamento também está ligada a eficácia dos direitos fundamentais nas relações privadas, ou seja, a vinculação dos particulares, ou das entidades privadas, ao direito fundamental de acesso ao crédito pelo consumidor. Entretanto, a aplicação dos direitos fundamentais nas relações de consumo de crédito envolve uma ponderação de interesses, em que, no outro lado da balança (do fornecedor), quase sempre vai figurar alguma emanção da autonomia privada, entendida em sentido amplo.

Portanto, para conferir maior previsibilidade e reduzir a margem de arbítrio na ponderação judicial de interesses ligados à aplicação de direitos fundamentais na relação entre particulares, é importante delinear alguns standards. Ao tratar do consumo de crédito o superendividamento é um deles, pois é um parâmetro sócio-jurídico apto a mensurar a assimetria da relação de consumo creditícia.

Outro fator relevante para determinar a natureza das questões sobre as quais gravitam as hipóteses que geram o superendividamento é a essencialidade dos bens que foram instrumentalizados pelo crédito ao consumo, visto que a proteção da autonomia privada será maior, quando estiverem em jogo bens considerados supérfluos para a vida humana, e menor quando o caso envolver bens essenciais para a dignidade da pessoa.

Conclui-se que 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.

### **3.6 A DIMENSÃO PSICOSSOCIAL DO SUPERENDIVIDAMENTO**

A gestão desse novo risco representa um desafio regulatório que tem forçado vários Órgãos de defesa do consumidor, juntamente com Defensorias Públicas e Universidades, a adotar um conjunto de medidas de prevenção e de tratamento. Mas uma regulação eficaz não pode prescindir de uma avaliação aprofundada do problema.

A compreensão da dimensão psicossocial do superendividamento foi um dos principais objetivos do estudo desenvolvido por um Projeto de Extensão em Direito do Consumidor, do Centro Universitário Uni-Anhanguera, do qual fui coordenadora no ano de 2007, que é integrado por cinquenta alunos da graduação do curso de Direito, que visou aprofundar a relação de interdependência entre a concessão de crédito e a insolvência das famílias.

A partir de entrevistas presenciais realizadas a um grupo de superendividados, em feiras-livres, shoppings, e universidades, foi possível obter um conjunto de informações significativas sobre estes indivíduos. Foi possível, por exemplo, ter uma noção dos valores, atitudes e comportamentos dominantes, bem como das soluções por eles adotadas para ultrapassar o impasse financeiro em que se encontram, as chamadas estratégias de enfrentamento. É uma síntese da análise destes dois aspectos que apresentaremos em seguida.

**3.6.1 Valores, Atitudes e Comportamentos dos Superendividados – Pesquisa realizada com consumidores superendividados em Goiânia que comprova a necessidade de se adotar medidas para minorar os impactos psicológicos gerados por este status jurídico.**



Os padrões de consumo dos superendividados goianienses, que foram inquiridos no segundo semestre de 2007 pelos acadêmicos do projeto de Extensão em Direito do Consumidor da Uni-Anhanguera, refletem em estilo de vida predominantemente urbano, onde uma enorme acessibilidade a diversos tipos de bens e serviços se combina com uma pressão social forte no sentido da sua aquisição. A proximidade e a proliferação dos locais de compra exercem um efeito de atração e sedução dos consumidores, funcionando como um incentivo à aquisição continuada e à produção de novas necessidades.

A um consumo consideravelmente intenso corresponde o recurso a múltiplas formas de financiamento. A gestão financeira apresenta-se mais elaborada porque também o são os meios de pagamento utilizados. Os cartões de crédito e débito e os cartões de loja coexistem com créditos pessoais, crédito habitação, crédito automóvel e crédito contraído junto a particulares. Aos créditos mais tradicionais, de menor risco e taxa de juros mais baixa, adicionam-se produtos financeiros mais modernos e arriscados e, por isso, também mais caros. E tanto são utilizados na compra de casas, como no pagamento de planos de saúde, da alimentação, dos serviços básicos, ou no financiamento de atividades de lazer. O multiendividamento marcava a vida financeira destes indivíduos, agora superendividados.

A primeira impressão, dominante no discurso de todos os entrevistados, é a da enorme confusão e falta de clareza discursiva, combinada com uma certa apatia na voz e nos movimentos, o choro freqüente e uma expressão de cansaço e desânimo. Quase todos procuravam justificar-se, evidenciando claramente sentimentos de culpa e vergonha. Esses sentimentos, porém, surgiam no meio de uma convicção mais ou menos

consolidada de que tinham o direito de ser ajudados porque nunca procuraram defraudar ninguém, nomeadamente os credores.

Igualmente notória é a sua enorme dificuldade em precisar datas (da contratação do crédito, por exemplo) e valores (número de créditos, montante das prestações mensais, número de meses em atraso e o respectivo montante). Tornava-se por vezes muito difícil compreender a sequência cronológica e a lógica causal entre os vários acontecimentos pessoais e os momentos económico-financeiros, pois muitos superendividados eram incapazes de ter essa leitura estruturada. Tudo parecia vago, distante, intertemporal e de contornos imprecisos. Essa imprecisão discursiva dificultava a compreensão do histórico de endividamento destes indivíduos.

A generalidade dos superendividados mostrava, por isso, uma enorme fragilidade emocional e uma oscilação notável entre desalento e sentimento de fracasso, por um lado, e uma certa esperança de recuperação da normalidade e do controle, por outro.

Uma segunda constatação é a da culpa e da vergonha que sentem em relação aos filhos. Em regra, os superendividados concentram suas estratégias na preservação do bem-estar dos filhos.

Uma terceira observação é a de que a socialização é quase sempre afetada de forma grave pela situação de superendividamento. Os indivíduos superendividados sofrem habitualmente uma reconfiguração de suas relações sociais. Enquanto alguns manifestam a intenção de manter reservados os seus problemas financeiros, outros, porém, põem à prova as relações de amizade. Todo o discurso a propósito do papel dos amigos neste processo é manifestamente ambíguo e mesmo contraditório.

Por fim, merece destaque as atitudes manifestadas pelos superendividados quanto ao comportamento junto às instituições financeiras. A impressão que colhem das instituições financeiras é variável. Depende do tipo de abordagem utilizada e, sobretudo, da sensibilidade manifestada por elas quanto à situação concreta de cada um dos superendividados. Há os que se sentem pressionados, como acontece sempre que existe um contato persistente em casa, em horários tardios, de lazer ou de trabalho, ou então quando é feita a ameaça de que lhes vão ser retirados os bens. Outros superendividados possuem uma impressão positiva sobre o comportamento das entidades credoras, o que sucede quase sempre quando conseguem renegociar a sua dívida.

Esta oscilação de comportamento não pode persistir. Se o consumidor superendividado, bate às portas da instituição financeira e recebe acolhida, fica com a falsa sensação de solução de suas dívidas. Ocorre que, na verdade, o que houve foi um prolongamento da mesma, tornando o consumidor ainda mais endividado, gerando ainda mais transtornos financeiros e reflexamente, psicológicos, individuais e em sua família também. Estratégias de enfrentamento devem ser buscadas e com esta problemática, passamos a sugerir algumas medidas no capítulo IV.

## **CAPÍTULO IV**

### **SUPERENDIVIDAMENTO E ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO: ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO PARA LIDAR COM O SUPERENDIVIDAMENTO NO DIREITO COMPARADO – ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO PARA LIDAR COM O SUPERENDIVIDAMENTO NO DIREITO BRASILEIRO – SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR COMO HIPÓTESE DE REVISÃO JUDICIAL DOS CONTRATOS DE CRÉDITO**

#### **4.1 ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO PARA LIDAR COM O SUPERENDIVIDAMENTO NO DIREITO COMPARADO**

Falar em estratégias de enfrentamento é falar dos mecanismos formais e informais, próprios ou de terceiros, que os indivíduos e famílias mobilizam de forma mais ou menos consciente e deliberada, tendo em vista

superar as dificuldades financeiras que afetam a sua qualidade de vida e o seu bem-estar pessoal, social e profissional.

Para evitar essa “falência”, na Europa e na América do Norte, já há décadas o problema recebe inclusive tratamento legislativo, para prevenir e desenvolver um processo extrajudicial específico, amigável ou administrativo, visando à renegociação e ao parcelamento para pessoas físicas não profissionais de boa-fé, permitindo um tratamento e um approach global da situação de superendividamento dos consumidores.

Enquanto na maioria dos países da civil law, ou da família romano-germânica de direitos, até o século XX, a falência e a concordata eram privilégios apenas dos comerciantes<sup>149</sup>, na common law o direito conhece uma falência também de particulares ou não empresários. Assim as medidas de boa-fé podem ser tomadas para alcançar um tratamento pelo menos igualitário ao empresário e ao consumidor, superendividados de boa-fé.

Destacam-se neste tratamento, a França, Alemanha, os Países Baixos, os Estados Unidos e o Reino Unido, que conhecem a falência civil ou procedimentos assemelhados, que conduzem ao desaparecimento de toda ou parte da dívida do particular após a liquidação de seus bens, com participação judicial ou acordo supervisionado pelo juiz para o reescalonamento da dívida, redução do montante, diminuição dos juros, etc.

A lição mais importante do direito comparado é que em face da crise de solvência da pessoa física-leigo, ou consumidor, dois são os caminhos possíveis: “temporizar”, reescalonando, planejando, dividido ou reduzindo as dívidas a pagar, perdendo os juros, as taxas ou mesmo o principal, em parte

---

<sup>149</sup> Renault apud in Marques.

ou totalmente, a depender do patrimônio e das possibilidades do devedor, sempre reservando a ele um mínimo existencial.<sup>150</sup> Esse tempo em que o consumidor terá que pagar suas dívidas, conforme renegociado entre todos os credores, com supervisão do Estado, pode ser longo: a Alemanha exige sete anos de pagamento do consumidor para chegar ao perdão das dívidas,<sup>151</sup> enquanto no restante da Europa o normal são quatro anos.

A França trata o superendividamento com bastante eficiência.<sup>152</sup> Como ensina Danielle Khayat, os tipos de tratamento do superendividamento pelo direito civil geral e por leis especiais são comuns na França.<sup>153</sup> A Lei especial francesa de 31.12.1989 define o superendividamento como “caracterizada pela impossibilidade manifesta pelo devedor de boa-fé de fazer face ao conjunto de suas dívidas não profissionais exigíveis e não pagas”.<sup>154</sup>

Mister destacar a fonte material do direito do consumidor de prevenção e tratamento do superendividamento, uma vez que a premissa da legislação especial é justamente estar o consumidor devedor de boa-fé subjetiva e ser a dívida não profissional.<sup>155</sup>

Outra premissa é dar um prazo, por meio da elaboração de um plano, para a recuperação extrajudicial do devedor consumidor de boa-fé, e somente a este, excluindo dívidas fiscais, de alimentos, oriundas de delitos, etc. Determinar, portanto, quem será o privilegiado por tal legislação é muito

---

<sup>150</sup> DERRUPPÉ, Jean. Rapport de synthèse. Travaux de l’association Henri Capitant – l’endettement, journées, argentines. Paris: LGDJ, 1995.t.XLVI; 1997.p.23.

<sup>151</sup> KILBORN, Jason J. The innovative German approach to consumer debt relief: revolutionary changes in German law, and surprising lessons for the United States. In 24 Nw.J.Int’l L E Bus, 2004. p.260.

<sup>152</sup> Assim ensina Paisant, em Revista do Consumidor 41: “En la Francia de hoy, nadie pudo ponder em Duda ao efectividade del dispositivo de tratamiento del sobreendeudamiento de los particulares. Desde la entrada en vigor de la primera ley específica de 11 de marzo de 1990 hasta el 31 de diciembre de 2000 se han registrado 1.027.841 demandas de consumidores para disfrutar de sus ventajas”.

<sup>153</sup> KHAYAT, Danielle. Le droit Du surendettement dès particuliers. Paris: LGDJ, 1997. p.12-13.

<sup>154</sup> KHAYAT, Danielle. Op.cit., p.12.

<sup>155</sup> Idem.

importante. A lei francesa privilegia soluções administrativas e um plano de pagamento para o consumidor supervisionado pelo magistrado, antes de passar para a outra fase.

A terceira menciona o controle sobre se o crédito foi concedido de forma responsável ou abusiva, sem informações, sem esclarecimento, sem as formalidades exigidas por lei ou sem conhecer o consumidor e sua capacidade econômica, como forma de cobrar juros maiores ou de ter o consumidor como um eterno devedor. Aqui a sanção é a perda dos juros, o preço e o lucro do crédito.

#### **4.2 ESTRATÉGIAS DE ENFRENTAMENTO PARA LIDAR COM O SUPERENDIVIDAMENTO NO DIREITO BRASILEIRO**

No Brasil, a necessidade de tratar o consumidor superendividado já é uma realidade na doutrina e na jurisprudência, apesar de o instituto não possuir regramento específico pela lei brasileira. A falta de legislação específica não impede, de todo, a proteção e defesa dos consumidores em situação de superendividamento, uma vez que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), arts. 6º, V, arts. 51, 52 e 53, tratam do dever de renegociação a favor do consumidor e a própria Constituição Federal contém normas gerais protetivas.

Enquanto se aguarda sanção legislativa sobre o tema, e partindo da premissa de que o superendividamento é um status jurídico, que pode destarte, ser modificado ou até mesmo extinto, propomos alguns standards para que este quadro seja revertido:

a) Auto-mobilização: Em primeiro lugar, recomenda-se um reajustamento dos hábitos de consumo, com redução na aquisição de bens de segunda ordem, como os associados ao lazer e ao convívio social.

b) Mobilização solidária: Buscar auxílio financeiro junto aos familiares mais próximos, após o reconhecimento do fracasso financeiro, ao invés de contrair empréstimos junto às instituições financeiras, que cobram juros abusivos.

c) Mobilização institucional: Inteirar-se da existência de associações de defesa do consumidor, que prestam serviços de mediação de conflitos, judiciais e extrajudiciais, no que diz respeito a consumidores em estado de insolvência. No caso de Goiânia, buscar os PROCON'S, estadual ou municipal.

Seguindo estes modelos, entendemos ser possível minorar o superendividamento do consumidor. Mas é importante ressaltar, que estas medidas são apenas minimizadoras.

A professora Cláudia Lima Marques<sup>156</sup>, com a sensível percepção que lhe é peculiar, aponta outros recursos, com as sugestões para introdução no Brasil de regras francesas a permitir o tratamento, bem como a prevenção de situações de superendividamento: prazo especial de reflexão para o consumidor de crédito; ligação entre o contrato de consumo principal e o contrato acessório de crédito; regime especial de garantias pessoais; regime especial de tratamento das situações de superendividamento.

Outras possibilidades se abrem aos nossos olhos, no intuito de reverter o quadro de superendividamento do consumidor brasileiro, porém esta hipótese que por nós será levantada, dependerá de uma atuação conjunta dos

---

<sup>156</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 4. ed. São Paulo: RT, 2002. p. 690.



advogados, magistrados e legisladores. A hipótese, que a nosso ver tornaria possível a reversão do quadro de superendividamento seria a possibilidade de revisão judicial dos contratos de crédito, com base no superendividamento passivo do consumidor, conforme passamos a dissertar.

#### **4.2.1 Superendividamento do consumidor como hipótese de revisão judicial dos contratos de crédito - A revisão como direito básico do consumidor: Dicção revisional do art. 6º, V, do CDC**

Pode-se afirmar que, ao Direito Privado, ao qual antes cabia tão só a tutela do indivíduo e de seus interesses patrimoniais, tais como a propriedade e a vontade manifestada contratualmente, cabe agora a tutela do indivíduo imerso em uma sociedade onde seus direitos subjetivos estão funcionalizados aos interesses que dizem respeito a terceiros. Como consequência, publiciza-se e socializa-se o Direito Privado, surgindo neste contexto o direito do consumidor, e justamente com ele a tônica atual do direito de revisão contratual que é um dos fenômenos mais importantes para reequilibrar o mercado de consumo de crédito e evitar o superendividamento.

Diante deste contexto, a revisão judicial dos contratos surge no CDC no rol dos direitos básicos do consumidor, os quais podem ser entendidos, resumidamente, como uma síntese das normas protetivas desse microsistema<sup>157</sup>, in verbis:

Art. 6º - São direitos básicos do consumidor:

(...)

---

<sup>157</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini, op.cit. p.120

V- a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas

Assim agindo, o legislador adotou a Teoria da Quebra da Base Objetiva do Negócio Jurídico, com isso mitigando o princípio da obrigatoriedade, justamente para permitir o reestabelecimento do equilíbrio contratual, modificando-lhe as cláusulas ou determinando sua revisão, num verdadeiro ato de intervenção estatal na área dos contratos<sup>158</sup>. Essa opção do legislador é uma decorrência da insuficiência do modelo contratual que considerava vinculante as manifestações e condutas das partes no momento em que este fora feito, sem considerar as ocorrências que podem afetá-lo durante o lapso temporal decorrido entre a manifestação inicial e o momento de execução. Claramente, no atual estágio dos contratos de consumo, especialmente dos de crédito, é mister considerar “mudanças flexíveis na relação contratual, tanto devido a circunstâncias cambiantes como às mudanças nas necessidades das partes”.<sup>159</sup>

Como o próprio dispositivo legal mencionado sugere, a revisão contratual pode ocorrer em decorrência de causas contemporâneas ou concomitantes à formação do contrato, fruto da incidência de cláusulas abusivas e prestações desproporcionais, ou em razão de fatos supervenientes, como é o caso do superendividamento, que tornem a relação contratual

---

<sup>158</sup> ALMEIDA, João Batista de Almeida, A revisão dos contratos no Código do Consumidor. Revista de Direito do Consumidor – n.33-São Paulo: RT.p.144

<sup>159</sup> WILHEMSSON, Thomas, Regulação de cláusulas contratuais, Revista de Direito do Consumidor – n.18-São Paulo: RT,1996,p.11.

excessivamente onerosa. Sobre o assunto, observa Fabiana Rodrigues Barletta:

Tanto quando a lei faz referência à modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais como quando a referência dirige-se à revisão contratual das prestações em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas, um mesmo valor guia essas duas orientações legais: a conservação dos contratos por meio da atuação do poder judiciário. Logo, nos dois casos mencionados, a lei admite que o juiz intervenha no conteúdo contratual a fim de equalizar a situação de desequilíbrio entre as prestações, para promover justiça social no caso concreto.<sup>160</sup>

Portanto, na sistemática do CDC, para que se faça a revisão do contrato basta que, após ter ele sido firmado, surjam fatos que o tornem excessivamente oneroso. Não se pergunta, nem interessa saber, se, na data de seu fechamento, as partes podem ou não prever os acontecimentos futuros. Basta ter havido alteração substancial capaz de tornar os contratos excessivos para o consumidor<sup>161</sup>.

#### **4.2.2 Requisitos para revisão contratual por excessiva onerosidade superveniente à contratação no CDC**

Como o superendividamento é um status jurídico, via de regra, ulterior à formação dos vínculos dos contratos de crédito, o qual, entre outras conseqüências, gera uma excessiva onerosidade das prestações obrigacionais, a aplicação do direito de revisão contratual estampado no art. 6º,

---

<sup>160</sup> BARLETTA, Fabiana Rodrigues. A Revisão Contratual no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2002.p.127

<sup>161</sup> NUNES, Luiz Antônio Rizzato. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Sariva, 2004.p.134

V, 2º parte do CDC impõe o cumprimento dos requisitos comuns a qualquer revisão por onerosidade excessiva superveniente.

O primeiro requisito diz respeito à prestação que será revisada. Deve tratar-se de prestação duradoura ou periódica, justamente um traço marcante dos contratos de crédito ao consumo.

As prestações duradouras classificam-se em divididas, fracionadas ou repartidas, se seu cumprimento se efetua em parte, em momentos temporais distintos, com seu preço pago em parcelas. As duradouras podem ser também continuativas, contínuas ou de execução continuada, quando a prestação consiste numa ação ou numa abstenção que prolonga ininterruptamente, como ocorre na obrigação do locador de assegurar ao locatário o uso e gozo do bem locado<sup>162</sup>.

As prestações que se enquadram nessa classificação serão objeto de revisão contratual quando sua excessiva onerosidade decorrer de fatores posteriores à formação do contrato, pois as obrigações instantâneas, que se realizam num só momento, não têm tempo para resultar excessivamente onerosas por motivos supervenientes.

Outro requisito necessário à revisão será a bilateralidade dos contratos ajustados, ou seja, a bilateralidade no sentido da reciprocidade entre as prestações das partes contratantes. Ensina o Prof. Ricardo Pereira Lima: “São contratos sinalagmáticos, bilaterais, ou com prestações recíprocas, aqueles que fluem, ao mesmo tempo e para cada uma das partes, obrigações

---

<sup>162</sup> Idem.

e direitos a prestações recíprocas, ligadas entre si por uma relação de interdependência”<sup>163</sup>.

Impõe-se o requisito da bilateralidade contratual em virtude de existir nessa espécie de contrato um sinalagma funcional, que justifica a possibilidade de revisão contratual por onerosidade excessiva superveniente, pois, neste caso, não existe falta da prestação correspondente, a qual daria ensejo à exceção de contrato não cumprido<sup>164</sup>.

Nesse contexto, o contrato de mútuo merece análise pormenorizada, pois além de ser a hipótese de contrato de crédito ao consumo mais comum, é um contrato unilateral.

Observa-se que apesar de tratar-se de um contrato unilateral e gratuito, o contrato de mútuo, quando feneratício, passa a ser oneroso. Por isso, em decorrência da imposição obrigacional de o mutuário pagar juros, em caso de inadimplemento, o mutuante demandar a resolução do contrato, o que constitui singularidade, pois a resolução por inexecução é própria dos contratos bilaterais ou sinalagmáticos. Desse modo, a revisão contratual por excessiva onerosidade superveniente à formação do ajuste de contrato de mútuo onerosos, como é o caso dos financiamentos bancários, consubstancia também uma singularidade, pois a revisão em comento também é própria dos contratos bilaterais, onde há um sinalagma funcional, uma relação de interdependência entre as obrigações de ambas as partes<sup>165</sup>.

Assim, dada a onerosidade do mútuo feneratício e seu pagamento em parcelas pelo devedor, como ocorre no financiamento, justifica-se o fato

---

<sup>163</sup> LIMA, Ricardo Pereira. A onerosidade excessiva nos contratos, Revista de Direito Administrativo, n. 159, p.10.

<sup>164</sup> Dispõe o art. 476 do Código Civil: “Nos contratos bilaterais, nenhum dos contratantes, antes de cumprida a sua obrigação, pode exigir o implemento do outro”.

<sup>165</sup> BARLETTA, Fabiana Rodrigues. Op.cit. p.143

desta modalidade contratual incorrer na hipótese de revisão no caso de excessiva onerosidade superveniente. Afinal, o fato de o mutuário executar parceladamente suas obrigações cria a possibilidade de as prestações que se prolonguem no tempo serem afetadas pela vultosa onerosidade decorrente de transformações posteriores à contratação.

Outro requisito a ser mencionado diz respeito ao consumidor, beneficiário da revisão contratual, o qual não pode agir como causador da excessiva onerosidade. Afinal, admitir tal possibilidade seria o mesmo que anuir com a má-fé.

Em princípio, também se nega ao consumidor que esteja em mora, a revisão contratual por excessiva onerosidade superveniente à contratação. Todavia, esse aspecto é afastado quando caracterizado o estado de superendividamento, pois nessa hipótese a extrema dificuldade de cumprimento da prestação decorre da incidência material dos pressupostos caracterizadores do referido instituto, os quais são suficientes para a caracterização da onerosidade.

Impende ressaltar que, para dar ensejo à revisão contratual, o superendividamento deve ser passivo, e não ativo. Sobre as diferenças entre o superendividamento ativo e passivo, já tratadas no tópico 3.5.1, entendemos oportuno ressaltar que o superendividamento passivo é aquele ligado a uma redução brutal dos recursos devido às áleas da vida, como desemprego, doença em família, incapacidade permanente ou transitória para as atividades laborais, dentre outras, que não surgem por vontade do consumidor, que nestas hipóteses é considerado como um acidentado do consumo.

Não se exige também que a excessiva onerosidade superveniente para o consumidor importe em extrema vantagem para o fornecedor. O art. 6º V, do CDC, não menciona este requisito, ao contrário do Código Civil, que dispõe expressamente que o devedor pedirá a resolução do contrato, se sua prestação se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra parte. Observe-se que a resolução contratual fulmina o contrato e todos os efeitos que ele pode produzir. Portanto, a resolução não se apresenta como a solução mais adequada. A revisão contratual, ao contrário, objetiva preservar o vínculo contratual que, por vezes, necessita apenas de alguns ajustes para se manter e realizar as expectativas objetivas dos contratantes. Ademais, exigir também extrema vantagem para a outra parte para que ocorra intervenção judicial na órbita do contrato quando a excessiva onerosidade para uma parte está latente é demasiado prejudicial ao excessivamente onerado, que é o consumidor superendividado.

Finalmente, na perspectiva adotada pelo CDC, não será necessário também que acontecimentos supervenientes, que tornaram a prestação pactuada muito onerosa, sejam anormais, extraordinários, imprevistos, ou imprevisíveis. A excessiva onerosidade superveniente é, por si, suficiente para dar respaldo à revisão contratual.

Cláudia Lima Marques, Rogério Ferraz Donini, Fabiana Rodrigues Barletta, Paulo Luiz Netto Lobo, Pablo Stlze Gagliano e Rodolfo Pamplona<sup>166</sup> e a Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça<sup>167</sup> inserem-se nessa mesma

---

<sup>166</sup> PAMPLONA, Rodolfo. Et al. Apud in RODRIGUES Júnior, Luiz Otávio. Revisão Judicial dos Contratos. 2ed. São Paulo: Atlas, 2006.p.211.

<sup>167</sup> Nesse sentido: “O preceito insculpido no inc. V do art. 6º do CDC dispensa a prova do caráter imprevisível do fato superveniente, bastando a demonstração objetiva da excessiva onerosidade advinda para o consumidor”. Superior Tribunal de Justiça, Terceira Turma, Ag.Rg. no Ag.In n. 445.412/RS, Rel. o Sr. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, j.17-09-2002, RT 811/211.

linha dogmática, que utiliza exclusivamente a teoria da onerosidade excessiva, dispensando qualquer recurso aos fatos supervenientes imprevistos, imprevisíveis ou extraordinários. Pugnam pela aplicação da Teoria da Quebra da Base Objetiva do Negócio Jurídico em detrimento da Teoria da Imprevisão

Para esses autores, nos contratos de consumo devem prevalecer aspectos como a objetivação das relações contratuais, tendo em conta a massificação e padronização dos liames obrigacionais, que torna pouco perceptível a compreensão subjetiva quanto ao caráter previsível de eventos futuros. O art. 6º, inciso V, CDC, haveria, por conseguinte, incorporado os postulados da teoria da base objetiva de Karl Larenz. Assim, a “quebra do equilíbrio contratual, a ausência de equivalência nas prestações” seriam, segundo Rogério Ferraz Donnini, os fatores por si mesmos e por suas próprias forças, determinantes da onerosidade excessiva para o consumidor, dando-lhes oportunidade para pleitear, em juízo, a revisão contratual, sem que se ocupe da “comprovação de que o fato seja imprevisível, imprevisto, extraordinário ou mesmo irresistível, mas apenas um acontecimento superveniente, que poderia ter sido previsto e não foi, e que cause onerosidade excessiva para o consumidor”<sup>168</sup>.

Os defensores da objetividade da excessiva oneração nos contratos de consumo pretendem apenas qualificar o fato que altera as circunstâncias de execução da avença como sendo superveniente, deixando em posição subalterna qualquer outra tentativa de adjetivá-lo, o que se revelaria desnecessário ante a constatação pura e simples de seus efeitos deletérios ao equilíbrio das prestações.

---

<sup>168</sup> DONNINI, Rogério Ferraz. A revisão dos contratos no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo:Saraiva,1999. p.171



A professora Cláudia Lima Marques<sup>169</sup> assevera:

A norma do art. 6º do CDC avança ao não exigir que o fato superveniente seja imprevisível ou irresistível, apenas exige a quebra da base objetiva do negócio, a quebra de seu equilíbrio intrínseco, a destruição da relação de equivalência entre prestações, ao desaparecimento do fim essencial do contrato. Em outras palavras, o elemento autorizador da ação modificadora do Judiciário é o resultado objetivo da engenharia contratual, que agora apresenta a mencionada onerosidade excessiva para o consumidor, resultado de simples fato superveniente, fato que não necessita ser extraordinário, irresistível, fato que podia ser previsto e não foi.

Como se vê, exige o CDC que os fatos sejam tão somente ulteriores, mas não sejam imprevisíveis e extraordinários como é a hipótese do Código Civil de 2002<sup>170</sup>, do Código Civil Italiano de 1942<sup>171</sup>.

Enfim, cumpre mencionar que os efeitos da revisão contratual operam-se retroativamente, desde a ocorrência da nova circunstância desencadeadora da enorme majoração da prestação. Portanto, a sentença que conceder ao consumidor revisão contratual por excessiva onerosidade posterior à contratação terá efeito retroativo entre as partes contratantes:

(...) Podem ocorrer casos em que, originariamente válidas as cláusulas concertadas no negócio, a sua revisão imponha-se em

---

<sup>169</sup> MARQUES, op.cit. p.413.

<sup>170</sup> Assim dispõe o Art. 478 do Código Civil de 2002, verbis: “Nos contratos de execução continuada ou diferida, se a prestação de uma das partes se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra, em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis, poderá o devedor pedir a resolução do contrato. Os efeitos da sentença retroagirão à data da citação”.

<sup>171</sup> Assim dispõe o Código Civil Italiano de 1942, verbis: “Nos contratos de execução continuada ou periódica, ou então de execução diferida, se a prestação de uma das partes tornar-se excessivamente onerosa pela ocorrência de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis, poderá a parte que deve tais prestações pedir a resolução do contrato com os efeitos estabelecidos no art. 1458. A resolução pode ser pedida se a onerosidade superveniente entra no risco normal do contrato. A parte contra a qual é pedida a resolução, pode evitá-la oferecendo para modificar equitativamente as condições do contrato”.

razão de fatos supervenientes dos quais resultaram a sua inequitatividade ou onerosidade excessiva, quebrando o princípio da equidade que conduziu a constituição da avença. Nestes casos, a eficácia do saneamento dá-se a partir de fato superveniente que alterou a base do negócio, restituindo-lhe a equidade desde o momento em que ela foi perdida. Veja-se, no ponto, que não se trata de eficácia ex nunc prevista na disciplina das anulabilidades, uma vez que as cláusulas revisadas eram originariamente válidas (...) <sup>172</sup>.

Oportuno ressaltar que hodiernamente só é possível a revisão de um contrato de consumo, como o de financiamentos de veículos, imóveis, enfim contratos de mútuo feneratício, quando neste contrato houver cláusulas abusivas ou se um fato superveniente tornar desequilibrado o contrato. Ainda não foi sinalizado, por nossos tribunais, a possibilidade de revisão de contratos, quando o fato superveniente for uma hipótese de superendividamento passivo do consumidor. Hipótese que entendemos oportuno analisar.

#### **4.2.3 Hipótese de aplicação do superendividamento na revisão judicial do contrato de crédito ao consumo**

Ao lado das hipóteses regulares que autorizam a revisão dos contratos de crédito por onerosidade excessiva superveniente ao vínculo de formação, propomos esta relativa ao superendividamento do consumidor. Todavia, sua aplicação difere das demais, justamente porque não é qualquer consumidor que pode valer-se deste instituto.

---

<sup>172</sup> Tais argumentos, referindo-se expressamente à revisão, foram extraídos da Apelação Cível n. 70.000.312.397, 14 Câmara Cível, Dês. Relator Aymoré Roque Pottes de Mello. TJRS,9-12-1999,fls.35.

Assim, somente o superendividado passivo, ou seja, aquele indivíduo que necessita da tutela jurisdicional do Estado para garantir a manutenção digna de sua capacidade de crédito para sua sobrevivência social mínima é quem possui legitimidade ativa para esta hipótese revisional. O objetivo aqui, como bem descreveu Geraldo de Faria Martins Costa, é “salvar o náufrago do crédito, tratando sua situação financeira, resgatando sua cidadania econômica, e em última análise, lutando contra a exclusão social”<sup>173</sup>.

Diante disso, o pleito revisional por aplicação do superendividamento não poderá versar apenas sobre um determinado vínculo contratual isolado, e sim de todo o seu passivo debitório, justamente para permitir a correção da assimetria das 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.

Trata-se na verdade, de uma hipótese de revisão concursal, na qual os interesses dos credores não são ignorados, mas são tratados de maneira subsidiária, justamente para proteger aquele que se encontra em situação de fraqueza à beira da indignidade.

O fenômeno concursal garante aos fornecedores um tratamento paritário de seus créditos e a coibição da má-fé presumida do superendividado passivo. Todavia, é válido lembrar que a paridade no tratamento não impede a classificação dos créditos, da mesma forma que é feita na falência e recuperação de crédito do empresário. Porém, a falta de diploma que discipline a matéria do superendividamento passivo no Brasil impede a aplicação desta classificação nas ações revisionais em geral, cabendo ao juiz a aplicação

---

<sup>173</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins, op.cit. p.114

referencial dos dispositivos da lei n. 11.101/05, que trata da recuperação judicial, na hipótese de superendividamento.

Uma vez deferido o pedido revisional ao consumidor superendividado, o Estado através de seu poder jurisdicional efetuará, além da modificação da base dos negócios praticados pelo consumidor superendividado, um plano de pagamento de suas dívidas mediante uma análise de sua condição sócio-econômica-financeira para possibilitar a continuidade de sua capacidade de consumo sem tolher os direitos creditícios dos fornecedores envolvidos. Nesse sentido, o plano de pagamento do superendividado, descrito e detalhado em sentença, não será apenas um conjunto de ações de curto prazo para aliviar a situação pessoal do consumidor, mas sim, um planejamento de reestruturação sustentável de sua capacidade de consumo.<sup>174</sup>

Mais uma vez, devido à falta de diploma sobre a matéria, caberá ao juiz utilizar a analogia como fenômeno de integração do direito. Nesse ponto, válida é a aplicação da oitava proposição interpretativa descrita por Juarez Freitas que tem como objetivo superar antinomias axiológicas, permitindo que os objetivos fundamentais do Estado Democrático, a exemplo da manutenção e proteção da dignidade da pessoa humana, que atua como elemento genético condicionante do sistema, tenha um entendimento dominante substancial, in verbs:

Oitava proposição interpretativa – Os direitos fundamentais (inclusive os sociais) reclamam, nos limites do economicamente possível (sem os exageros de determinadas interpretações econômicas nem o excesso de ímpetos conducentes a oscilações

---

<sup>174</sup> NICOL, Donald Mac e Murched Badih Sanna. Comentários à Nova Lei de Falência e Recuperação de Empresas. São Paulo: Quartier Latin, 2005. Coord. MACHADO, Rubens Approbato, p.166.

caóticas), que as regras sejam lidas em harmonia com o telos da efetividade sistemática, não se admitindo qualquer subsunção mecânica irrefletida, pois deve haver espaço para uma ponderação que considere o balanceamento suscitar da gradativa ampliação eficaz dos direitos, à luz de cuja preocupação hermenêutica afasta-se, mesmo no plano das regras, a idéia de uma lógica do tudo ou do nada. Nesse sentido, não é exagero cobrar, em relação à íntegra dos direitos fundamentais, o imediato reconhecimento do mínimo nuclear de realização.<sup>175</sup>

Assim, tomando como base a assertiva de Juarez de Freitas é necessário, mais uma vez, tomar como referência as disposições da Lei 11.101/05 à hipótese revisional do superendividamento passivo. Isso se deve à ameaça ou a efetiva lesão na dignidade sofrida pelo consumidor superendividado, daí a possibilidade de extensão da eficácia, mediante um processo hermenêutico das regras de recuperação judicial, para garantir a manutenção do mínimo nuclear de sua capacidade de consumo.

---

<sup>175</sup> FREITAS, Juarez. A interpretação sistemática do direito. Malheiros. 4° Ed. São Paulo, p.211

## CONCLUSÃO

Concluimos que a ampla e fácil concessão de crédito, aliado a outros fatores sociais, principalmente, às altas taxas de juros aplicadas sobre os financiamentos, contribuiu para provocar o fenômeno do superendividamento do consumidor.

O estudo empírico realizado junto a diversos superendividados constatou que a situação financeira precária em que estes se encontram tende a afetar de modo profundo a sua auto-estima e a confiança na sua capacidade de gerir e controlar a sua vida pessoal e familiar.

Constatamos que o processo de despromoção emocional reflete-se num agravamento da condição físico-psíquica do indivíduo e também dos seus parentes. O isolamento, os estados depressivos, os desentendimentos conjugais e o confronto com os filhos são situações que emergem com frequência e criam a desestruturação da vida destes sujeitos.

Observamos que a crise financeira implica igualmente a restrição de práticas sociais, contribuindo para o isolamento social dos indivíduos e, no limite, para a exclusão social. Para além deste processo de afastamento social passivo, também pode haver um afastamento mais ativo, na medida em que os indivíduos consideram que a sua capacidade financeira não se ajusta aos

padrões de consumo esperados ou que eles julgam esperados e, como tal, evitam a exposição social de sua situação.

Desta forma, através de entrevistas, constatamos, que a maioria dos consumidores superendividados preferem manter a situação na esfera privada, comunicando-a por vezes aos familiares ou amigos mais próximos. Em algumas situações acabam por pedir ajuda, por falta de alternativa. Consideram que o conhecimento da situação de debilidade financeira poderá trazer conseqüências sociais negativas, mas preferem arriscar a contar a terceiros (instituições financeiras), do que torná-la do conhecimento dos que lhes são próximos. Quando a ajuda parte de instituições financeiras, o status de superendividado em muito se agrava.

Observamos que no Brasil não é possível medir com rigor as causas principais do superendividamento e nem sequer apurar o número de superendividados, já que as únicas fontes de informações sobre a inadimplência dos consumidores é colhida por bancos de dados de consumo ou através de entrevistas. Daí porque é possível afirmar que a materialização do fenómeno ocorrerá apenas nas hipóteses de litígios revisionais de contratos de crédito ao consumo, nos quais o superendividamento servirá como hipótese jurídica do pedido.

Em contrapartida, observamos que no direito comparado existem possibilidades maiores de se mensurar quem são os superendividados e que maiores são as proteções aos acidentados do consumo.

Demonstramos que na Europa e na América do Norte, o superendividamento recebe tratamento legislativo, para prevenir e desenvolver um processo extrajudicial específico, amigável ou administrativo, visando à renegociação e ao parcelamento das dívidas.

Destacamos o tratamento dispensado ao superendividado na França, que conhecem a falência civil, que conduzem ao desaparecimento de toda ou parte da dívida do particular após a liquidação de seus bens, com participação judicial ou acordo supervisionado pelo juiz para o reescalonamento da dívida, redução do montante e diminuição dos juros.

Sugerimos, ao longo do trabalho, como estratégias de enfrentamento para o superendividamento, as associações de defesa do consumidor e os PROCON'S como um recurso, para oferecer-lhes um caminho para começar a resolver a sua grave condição econômico-financeira, um caminho que não os coloque sob o controle moral ou monetário de familiares ou o que seria mais grave, das instituições financeiras.

Não poderíamos deixar de destacar também, como assim o fizemos ao longo dos capítulos, que o Código de Defesa do Consumidor, através de algumas de suas normas, já autoriza, porém, um início de proteção ao consumidor superendividado, até que sejam trazidas ao nosso ordenamento jurídico normas específicas sobre o tema. Destacamos, em especial, as normas dos arts. 6º, IV e V 43; 46; 49; 51,IV; 52 e 54, todos do CDC,



ênfatizando a possibilidade de revisão dos contratos de crédito do consumidores que sofreram um superendividamento passivo, através da adoção da Teoria da Quebra da Base Objetiva do Negócio Jurídico.

Concluimos que, se o consumidor, no sistema do Código de Defesa do Consumidor, tem o direito material da devolução razoável das parcelas pagas, conforme dispõe o art. 53 do CDC, tem o direito de escolher continuar a relação ou rescindir o contrato, arts. 54, § 2, e 51, XI do CDC, tem o direito de requerer ao juiz que modifique as cláusulas excessivamente onerosas por fatos supervenientes, art. 6, V, do CDC, e o sistema determina a continuação dos contratos, art. 51, § 2, logo, parece-nos que o consumidor tem o direito de propor a ação de rescisão e restituição das importâncias pagas, mesmo que inadimplente. Defendemos que os Tribunais Superiores devem ser sensíveis a esta necessidade subjetiva do consumidor, mesmo que já em estado de inadimplência, de conseguir rescindir os contratos cativos de longa duração, de forma a evitar sua ruína ou o superendividamento definitivo.

Apontamos que, se a rescisão já é remédio tradicional para a frustração dos contratos de longa duração, o novo aqui é a aceitação de circunstâncias subjetivas passivas, como a perda do emprego, acidentes, divórcios, doenças em família, dentre outras, como causas possíveis de inadimplemento sem culpa; o novo aqui, impende ressaltar, é o dever de cooperar e renegociar; o novo aqui é a aceitação da teoria da quebra da base objetiva do negócio jurídico, diante do inadimplemento substancial, a favor dos consumidores

Sugerimos também que, na falta de uma legislação específica para tratar o superendividamento passivo, seja provisoriamente aplicada a recuperação judicial nos moldes da Lei n. 11.101/05, onde, uma vez deferido o pedido revisional ao consumidor superendividado, o Estado através de seu poder jurisdicional efetuará, além da modificação da base dos negócios praticados pelo consumidor superendividado, um plano de pagamento de suas dívidas mediante uma análise de sua condição sócio-econômica-financeira para possibilitar a continuidade de sua capacidade de consumo sem tolher os direitos creditícios dos fornecedores envolvidos. Nesse sentido, o plano de pagamento do superendividado, descrito e detalhado em sentença, não será apenas um conjunto de ações de curto prazo para aliviar a situação pessoal do consumidor, mas sim, um planejamento de reestruturação sustentável de sua capacidade de consumo.

Resta saber, primeiramente, se o Poder Judiciário adotará, como já adotam diversos países europeus, esta hipótese de revisão do contrato, e em sendo adotado, quantos consumidores superendividados conseguirão aplicar estes recursos e principalmente, trilhá-lo e chegar ao fim, ou seja, cumprir à risca os ajustamentos feitos aos seu orçamento e readquirir a saúde financeira.

A questão do superendividamento, verdadeiro flagelo social, precisa ser enfrentada pela sociedade brasileira. Deixo aqui minha contribuição, no intuito de incentivar as discussões e fomentar a mudança de paradigmas em nossos Tribunais Superiores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR JUNIOR, Ruy Rosado de. A boa-fé na relação de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 14, p. 20-27, abr./jun., 1995.

\_\_\_\_\_. O novo código civil e o código de defesa do consumidor – pontos de convergência. *Revista de Direito Renovar*, Rio de Janeiro, v. 26, p. 9-23, maio/ago. 2003.

ALEXY, Robert. *Teoría del discurso y derechos humanos*. Tradução de Luis Villar Borda. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1995.

ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1993.

\_\_\_\_\_. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2003.

\_\_\_\_\_. *A revisão dos contratos no Código do Consumidor*. *Revista de Direito do Consumidor* – n.33-São Paulo: RT.

AMARAL JUNIOR, Alberto do. A boa-fé objetiva no código de defesa do consumidor. *Revista dos advogados de São Paulo*, São Paulo, n. 2, p. 58-64, jul./dez. 1998.

\_\_\_\_\_. *Proteção do consumidor no contrato de compra e venda*. São Paulo: RT, 1993.

AMARAL, Francisco. *Direito Civil: introdução*. 5. Ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

AMARANTE, Maria Cecília Nunes. *Justiça ou equidade nas relações*

*de consumo*. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1997.

ARENT, Hannah. *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

BARLETTA, Fabiana Rodrigues. *A Revisão Contratual no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2002.

BASTOS, Celso Ribeiro; MARTINS, Ives Gandra. *Comentários à Constituição do Brasil promulgada em 5 de outubro de 1998, arts. 5 a 17*. São Paulo: Saraiva, 1989.

BELIK, Walter. *Estabilização econômica e inadimplência do consumidor*. Centro de Tecnologia do Varejo do SENAC. São Paulo.

BELMONTE, Cláudio. *Proteção contratual do consumidor: conservação e redução do negócio jurídico no Brasil e em Portugal*. São Paulo: RT, 2002.

BESSA, Leonardo Roscoe. *O consumidor e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito*. São Paulo: RT, 2003.

BORGES, Alexandre Walmott. *A ordem econômica e financeira da Constituição e os monopólios*. Curitiba: Juruá, 2002.

BOURGOIGNIE, Thierry. Réalité et spécialité du droit de la consommation. *Journal des Tribunaux*, 1979.

CALAIS-AULOY, Jean. *Droit de la consommation*. Paris: Dalloz, 1992.

CAMPOS, Maria Luiza de Sabóia. *Publicidade: responsabilidade civil perante o consumidor*. São Paulo: Cultural Paulista, 1996.

CAS, Gérard. *La défense Du consommateur*, Paris, Presses Universitaires de France, 1980.

CASADO, Márcio Mello. *Proteção do consumidor de crédito*

*bancário e financeiro*: de acordo com a medida provisória 1.925-8, que cria a cédula de crédito bancário, e a medida provisória 1.963-19, que autoriza a contagem de juros sobre juros. São Paulo: RT, 2000.

CASTRO, Martha Rodrigues de. A oferta no código brasileiro de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 11, p. 78, jul./set. 1994.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. O direito do consumidor no limiar do século XXI. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 35, p. 97-108, jul./set. 2000.

CODE commenté de la consommation. Disponível em: <<http://sos-net.eu.org/conso/code/>>. Acesso em: 16 ago. 2009.

COLINS COBUILD, *Dicionário inglês-inglês*. Scarborough: British Library, 2001.

CORDEIRO, Antônio Manuel da Rocha Menezes. *Tratado de direito civil português*. Coimbra: Almedina, 2001.

COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002.

CRETELLA JUNIOR, José. *Comentários ao código do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 1992.

DE LUCCA, Newton de. *Direito do consumidor*. São Paulo: Quartier Latin, 2003.

DEBS, Newman de Faria. *O direito ao consumo: forma de Expressão dos direitos da personalidade*. São Paulo: Faculdade de Direito. 110f. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, 2002.

DERRUPPÉ, Jean. Rapport de synthèse. *Travaux de l'association Henri Capitant – l'endettement, journées, argentines*. Paris: LGDJ, 1995.t.XLVI; 1997.

DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil*. São Paulo: Saraiva, 1993. v. I.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor; conceito e extensão*. São Paulo: RT, 1993.

DONNINI, Rogério Ferraz. *Responsabilidade pós-contratual: no novo código civil e no código de defesa do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2004.

\_\_\_\_\_. *A revisão dos contratos no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo:Saraiva,1999.

EFING, Antônio Carlos. *Fundamentos do direito das relações de consumo*. Curitiba: Juruá, 2003.

\_\_\_\_\_. *Bancos de Dados e Cadastro de Consumidores*. Biblioteca de Direito do Consumidor - 18. São Paulo: RT, 2002.

FABIAN, Christoph. *O dever de informar no direito civil*. São Paulo: RT, 2002.

FABRICIO, Adroaldo Furtado. As novas tendências do processo civil e os poderes do juiz. *Revista do Consumidor*, São Paulo, n. 7, jul./set. 1993.

FELLOUS, Beyla Esther. *Proteção do consumidor no mercosul e na união européia*. São Paulo: RT, 2003..

FERRARA, Franceso. *Interpretação e aplicação das leis*. Tradução de Manuel Domingos de Andrade. Coimbra: Armênio Amado, 1987.

FERRAZ JUNIOR, Tércio Sampaio. *Introdução ao estudo de direito*. São Paulo: Atlas, 2003.

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direitos do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2004.

FONSECA, João Bosco Leopoldino da. *Cláusulas abusivas nos contratos*. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

FRADE, Catarina. *Mediação do sobreendividamento: uma solução célere e de proximidade*. Themis, n.11

FRANZOLIN, Cláudio José. *O princípio da boa-fé objetiva na relação jurídico-contratual*. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 249f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, PUC de São Paulo, 2004.

FREITAS, Juarez. *A interpretação sistemática do direito*. São Paulo: Malheiros, 1998.

GELPI, Rosa-Maria. *Historie Du Crédit à la consommation*. Paris. Editions la Decouverte. Textes à l'appui/série économie.

GOMES, Orlando. *Contratos*. Rio de Janeiro: Forense, 1991.

GRAU, Eros Roberto. Interpretando o código de defesa do consumidor: algumas notas. *Revista de Direito do Consumidor*, n. 5, jan./mar. 1993.

\_\_\_\_\_. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. São Paulo: RT, 1991.

GRINOVER, Ada Pellegrini., et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

GUIMARÃES, Paulo Jorge Scartezzini. *A publicidade ilícita e a responsabilidade civil das celebridades que dela participam*. São Paulo: RT, 2001.

JAZULOT, Béatrice. *La bonne foi dans les contrats: étude comparative, de droit français, allemand et japonais*. Paris: Université Jean-Moulin- Lyon. 605 f. Tese (Doctorat d'Etat en Droit), Université Jean, Molin-Lyon, 2000.

KHAYAT, Danielle. *Le droit Du surendettement dès particuliers*. Paris: LGDJ, 1997.

KILBORN, Jason J. *The innovative German approach to consumer debt relief: revolutionary changes in German law, and surprising lessons for the United States*. In 24 Nw.J.Int'l L E Bus, 2004.

LARENZ, Karl. *Derecho de obligaciones*. Tradução espanhola de Jaime santos. Madrid: Civitas, 1985.

\_\_\_\_\_. *Derecho justo – fundamentos de ética jurídica*. Tradução de Luis Díez-Picazo. Madrid: Editorial Civitas, 1985.

LEITÃO MARQUES, Maria Manuel et AL. *O endividamento dos consumidores*. Lisboa: Almedina, 2000.

LIMA, Ricardo Pereira. *A onerosidade excessiva nos contratos*, Revista de Direito Administrativo, n. 159.

LISBOA, Roberto Senise. *Manual elementar de direito civil*. São Paulo: RT, 2002.

LOBO, Paulo Luis Netto. *Contratos no código de defesa do consumidor: pressupostos gerais*. *Revista Justitia*, Ministério Público do Estado de São Paulo, v. 160, 1992.

\_\_\_\_\_. *A informação como direito fundamental do consumidor*. *Revista de Direito do Consumido*, São Paulo, n. 37, p. 59-76, jan./mar. 2001.

LORENZETTI, Ricardo Luis. *Fundamentos do direito privado*. São



Paulo: RT, 1998.

\_\_\_\_\_. *Comércio eletrônico*. Tradução de Fabiano Menke; com notas de Cláudia Lima Marques. São Paulo: RT, 2004.

\_\_\_\_\_. *Contratos de servicios a los consumidores*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni, 2005.

MACHADO, Rubens Approbato. *Comentários à Nova Lei de Falência e Recuperação de Empresas*. São Paulo: Quartier Latin, 2005.

MALFATTI, Alexandre David. *O direito de informação no código de defesa do consumidor*. São Paulo: Alfabeto Jurídico, 2003.

MARQUES, Cláudia Lima., et al. *Comentários ao código de defesa do consumidor: aspectos materiais*. São Paulo: RT, 2003.

\_\_\_\_\_. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. São Paulo: RT, 2002.

\_\_\_\_\_. *O diálogo entre o código de defesa do consumidor e o novo código civil: do diálogo das fontes no combate às cláusulas abusivas*. *Revista de Direito do Consumido*, São Paulo, v. 45, p.71-99, jan./mar. 2003.

\_\_\_\_\_. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: RT, 2008. p. 68.

\_\_\_\_\_. *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico*. São Paulo: RT, 2004.

\_\_\_\_\_. *Direitos do Consumidor Endividado – Superendividamento e Crédito – Biblioteca de Direito do Consumidor – 29*. São Paulo: RT: 2006.

MARTINS-COSTA, Judith. A boa-fé como modelo (uma aplicação da teoria dos modelos de Miguel Reale). *Revista Brasileira de Direito Comparado Luso Brasileiro*, São Paulo, v. 21, p. 100, [s.d.].

\_\_\_\_\_. *A boa-fé no direito privado: sistema e tópica no processo obrigacional*. São Paulo: RT, 2000.

\_\_\_\_\_. *O direito privado como um sistema em construção - as cláusulas gerais no projeto do código brasileiro*. *Revista dos Tribunais*, n. 753, 1988.

\_\_\_\_\_. *A reconstrução do direito privado*. São Paulo: RT, 2002.

MAXIMILIANO, Carlos. *Hermenêutica e aplicação do direito*. Rio de Janeiro: Forense, 1996.

MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. *O direito do consumidor como Direito Fundamental – conseqüências jurídicas de um conceito*. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 43, p.117, jul./set. 2002.

MONCADA, Cabral de. *Estudos filosóficos e históricos*. Coimbra: Acta Universitatis Conimbrigensis, 1958.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. Porto Alegre: Síntese, 2001.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. *A proteção constitucional do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

NOVAIS, Aline Arquette Leite. *A teoria contratual e o código de defesa do consumidor*. São Paulo: RT, 2001.

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. *Curso de direito do consumidor: com exercícios*. São Paulo: Saraiva, 2004.

\_\_\_\_\_. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2000.

PIZZOL, Patrícia Miranda. *Liquidação nas ações coletivas*. São Paulo: LEJUS, 1998.

POLO, Eduardo, *La protección del consumidor en el Derecho Privado*, Madrid, Editorial Civitas S.A., 1980.

REQUIÃO, Rubens. *Curso de direito comercial*. São Paulo: Saraiva, 1984.

RIPERT, Georges. *A regra moral nas obrigações civis*. Tradução de Osório de Oliveira. Campinas: Bookseller, 2002.

RODRIGUES Júnior, Luiz Otávio. *Revisão Judicial dos Contratos*. 2ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ROSEVALD, Nelson. *Dignidade humana e boa-fé no código civil*. São Paulo: Saraiva, 2005.

SAAD, Eduardo Gabriel. *Comentários ao código de defesa do consumidor: lei n. 8079 de 11.9.90*. São Paulo: LTr, 2002.

SALDANHA, Nelson. *O jardim e a praça*. Porto Alegre: Sergio Antônio Fabris, 1986.

SAMPAIO, José A. Leite. *Jurisdição constitucional e os direitos fundamentais*. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

SANTANA, Héctor Valverde. *Prescrição e decadência nas relações e consumo*. São Paulo: RT, 2002.

SANTOS, Fernando Gherardini. *Direito do marketing: uma abordagem jurídica do marketing empresarial*. São Paulo: RT, 2000.

SILVA, Agathe E. Schimidt da. Cláusula geral de boa-fé nos contratos de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 146-161, jan./mar. 1996.

SLAIBI FILHO, Nagib. *Sentença cível: fundamentos e técnica*. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

STÜMER, Antônio Bertram, *Banco de Dados e Habeas Data no Código do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor 01, mar.1992. São Paulo: RT.

THEODORO JUNIOR, Humberto. *Direitos do consumidor: a busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do código de defesa do consumidor e os princípios gerais do direito civil e do direito processual civil*. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

WADA, Ricardo Morishita, ALMEIDA, Maria da Glória Villaça Borin Gavião. *Os sistemas de responsabilidade no código de defesa do consumidor – aspectos gerais*. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 41, p.190, jan./mar. 2002.

WILHEMSSON, Thomas, *Regulação de cláusulas contratuais*, Revista de Direito do Consumidor – n.18-São Paulo: RT,1996.

ZANELATO, Marco Antônio. *Considerações sobre o conceito jurídico de consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, v. 45, 2003.