

Artigo

A boa-fé nas relações de consumo: Informação e defesa do contratante vulnerável nas situações de superendividamento[1]
Gustavo Henrique Baptista Andrade[2]

RESUMO: O presente trabalho, partindo da interlocução entre o direito civil e o direito do consumidor, permeia os princípios contratuais, para destacar a boa-fé nas relações de consumo e sua estreita ligação com o dever geral de informação. Pretende-se contribuir para uma melhor compreensão acerca da aplicação do princípio da boa-fé nas situações de superendividamento.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor – Boa-fé – Informação – Superendividamento.

Sumário: 1 – Introdução. 2 – Direito civil e direito do consumidor: uma interlocução necessária. 3 – Princípios liberais e sociais do contrato. 4 – A boa-fé nas relações de consumo. 5 – O dever geral de informação. 6 – A boa-fé nas situações de superendividamento do consumidor. 7 – Síntese conclusiva.

1. Introdução

Em artigo publicado em 1990, após a morte do autor mas antes da promulgação do Código de Defesa do Consumidor – o que ocorreu em 11 de setembro daquele ano – Orlando Gomes já denunciava a existência de um “quadro normativo caótico”, onde não era possível identificar a política legislativa nem descobrir o sentido nas inúmeras disposições normativas de direito do consumidor (1990, p. 119).

Na verdade, a defesa do consumidor, consubstanciada também em proteção, não era contemplada na vasta legislação então vigente. Somente em 1985, com o advento da Lei da Ação Civil Pública (Lei nº 7.347, de 24.07.1985), foi disciplinada a responsabilidade por danos causados ao consumidor, determinando-se o foro do ajuizamento da ação e a legitimação para propô-la, entre outras medidas.

A partir da aceitação da vulnerabilidade do consumidor, inclusive por imposição legal (art. 4º, I, CDC), veio a se construir o sentido de tutela, que por sua vez está igualmente alicerçado na necessidade de equilíbrio dessa relação desigual. No dizer de Fábio Konder Comparato, o sentido tutelar do direito do consumidor se dirige ao economicamente fraco (1976, p. 83).

Reforça-se dessa forma a ideia de que as legislações protetivas do consumidor são marcadas pelo intuito comum de reequilibrar a relação de consumo, quer reforçando a posição do sujeito vulnerável dessa relação, quer proibindo e limitando certas práticas mercantis (BELMONTE, 2003, p. 87).

A política de proteção ao consumidor jamais pode ser compreendida como um subproduto da política de comércio ou de mercado (BOURGOIGNIE, 2002, p. 34). Essa limitação iria de encontro a normas constitucionais, inclusive àquela que estabelece a defesa do consumidor como um princípio da ordem econômica do Estado brasileiro (art. 170, V, CR).

A nítida opção do legislador constituinte foi estabelecer a defesa do consumidor como um princípio, que se concretiza nas mais diversas formas de proteção. Assim é que a Constituição brasileira de 1988 erigiu a defesa do consumidor ao status de direito fundamental (art. 5º, XXXII), determinando ao Estado (juiz, legislador e administrador) a obrigação de promovê-la. E coerente com a opção pelo Estado social, tratou de conceber a defesa do consumidor também como princípio da ordem econômica (art. 170, V). Foi determinada ainda, pelo Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, a elaboração, em cento e vinte dias, do Código de Defesa do Consumidor, promulgado, em verdade, em 11 de setembro de 1990. É dessa forma que surge no ordenamento brasileiro o microssistema que compõe o CDC.

A Lei nº 8.078/90 traduz com clareza e representatividade a doutrina da constitucionalização do direito privado no Brasil e dela é por certo a maior expressão no campo legislativo. Essa doutrina, não sem resistências, vem tomando assento também na jurisprudência. No dizer de Gustavo Tepedino,

[...] os preceitos do Código de Defesa do Consumidor parecem, às vezes, esquecidos pelos operadores e, no entanto, dão expressão, dão corpo e dão vida ao ditado constitucional, em favor da dignidade do consumidor, em favor de valores extrapatrimoniais que devem proteger o contratante em situação de inferioridade” (2004, p. 17).

Referindo-se ao direito civil, de onde germina o direito do consumidor, Paulo Lôbo define a constitucionalização como o processo de elevação ao plano constitucional dos princípios fundamentais do direito privado, os quais passam a condicionar a observância da legislação infraconstitucional (2009a, p.36). Essa metodologia (civil-constitucional) repousa seu fundamento em ao menos três pressupostos teóricos, quais sejam, a força normativa da Constituição, que perde sua vocação de conjunto de normas meramente programáticas, a unidade e complexidade do ordenamento jurídico voltado aos princípios e valores constitucionais, e a renovação da teoria da interpretação considerando os valores e fins a serem aplicados (2009a, p. 37). O ordenamento jurídico, além de estruturar os institutos fundantes do direito privado, não se limita a seguir as diretivas constitucionais como se fossem meros conselhos mas as concretiza na busca permanente de uma resposta que almeja conhecer: “[...] para que e a quem serve o direito”? (FACHIN, 2008, p. 17).

Não se deve deixar de registrar que, em seu percurso, o “processo” de constitucionalização do direito privado é antecedido e acompanhado pela intervenção do legislador infraconstitucional em diversas disciplinas, inclusive e por certo no direito das obrigações, neste caso de maneira significativa, com vistas à tutela do contratante vulnerável.

Na esteira do ensinamento de Paulo Lôbo, é possível afirmar seguramente que o sistema legislativo do direito privado brasileiro é formado pelas normas constitucionais, em torno das quais orbitam o Código Civil, a legislação civil especial e os microssistemas jurídicos, a exemplo do Código de Defesa do Consumidor, no que concerne ao direito material (2009a, p. 41). Importante ter em mente que esses universos estão interligados. Não há rupturas, já que a legislação infraconstitucional de direito privado é aplicada de maneira a que o núcleo normativo da Constituição nessa matéria se expresse com a energia necessária (2009a, p. 43). Não há despreço pelas raízes históricas do direito civil. O que se questiona é o papel atual do Código Civil, que há muito deixou de deter exclusividade na regulação das relações

patrimoniais privadas e não mais representa a “Constituição do direito privado”, como sói acontecer até o advento das constituições que inauguraram o Estado social (TEPEDINO, 2004, p. 7). Não há fragmentação do sistema. Ainda que se reconheça a existência de universos legislativos setoriais, busca-se a unidade do sistema através do deslocamento do ponto de referência antes localizado no Código Civil para a tábua axiológica da Constituição:

O percurso evolutivo dos institutos do direito privado é a demonstração eloquente desse processo. A exagerada atenção do vetusto Código Comercial para com o comerciante dá lugar à ênfase central em relação aos atos de comércio e à empresa. A tônica excessiva do Código Civil em torno do sujeito de direito cede a atenção do legislador especial para com as atividades, seus riscos e impacto social, e para a forma de utilização dos bens disponíveis, de maneira a assegurar resultados sociais pretendidos pelo Estado (TEPEDINO, 2004, p. 7).

A metodologia civil-constitucional vem contribuindo enormemente para a interação do direito privado com as mudanças sociais. A interpretação das normas de direito privado de acordo com as regras e princípios insculpidos na Constituição, reforça e chancela o projeto constitucional que tem por fundamentos, entre outros, a dignidade da pessoa humana e os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, e possibilita o alcance dos objetivos nele estabelecidos, dentre os quais a construção de uma sociedade pautada na liberdade, na justiça e na solidariedade onde a pobreza seja erradicada e as desigualdades sociais reduzidas.

Direito civil e direito do consumidor: uma interlocução necessária

Em pertinência ao que se propõe discutir neste artigo, é de fácil exemplificação a concretização do comando constitucional que determina ao Estado a defesa do consumidor, alçada ao status de direito fundamental. Todo o arcabouço legislativo infraconstitucional de proteção ao contratante vulnerável forma, em conjunto com as normas constitucionais, um sistema que tem nesse comando o vértice da construção de um direito a uma ação positiva do Estado na defesa e, por consequência, proteção do consumidor. Direito a ação positiva do Estado neste caso é traduzido por Cláudia Lima Marques como direito às prestações do Estado-juiz, do Estado-legislador e do Estado-administrador, na forma que dispuser a lei: “[...] Mais do que uma política pública, ou do que simples normas infraconstitucionais (regras), reunidas em um Código de Defesa do Consumidor (CDC ou Lei 8.078/1990), a proteção do consumidor no Brasil é um princípio, um princípio de origem constitucional.” (2012, p. 149).

As fontes constitucionais dos institutos de direito privado devem nortear as relações jurídicas entre particulares, que serão ao final reguladas pelo Código Civil ou pela legislação civil especial ou pelos microssistemas de direito material privado como é o caso do Código de Defesa do Consumidor, ou ainda pela interlocução entre todas essas fontes.

Hoje não mais se discute a utilidade e até mesmo a necessidade de se compreender o direito sob a perspectiva da interdisciplinaridade. De fato, não são poucas as situações jurídicas que necessitam do auxílio de outras disciplinas não somente para sua compreensão mas também para a solução dos conflitos delas resultantes.

E essa interdisciplinaridade ocorre não somente entre ciências ou disciplinas diversas mas também entre os próprios ramos do direito, como acontece quando o direito penal tipifica crimes contra a Administração pública, ou quando o direito tributário se vale das noções da teoria geral do direito civil para estipular prazos de decadência e prescrição.

No complexo sistema legislativo vigente, onde são inúmeras as fontes que versam muitas vezes não só sobre uma mesma disciplina mas acerca de um mesmo instituto como conjunto ou espécie, demandando muitas vezes a interpretação de mais de um diploma, não é difícil encontrar antinomias, meras contradições ou simples divergências nas fontes, o que exige do intérprete o exercício de uma metodologia que possa permitir a busca pela coerência desse mesmo sistema, sem necessariamente se utilizar dos critérios tradicionais presentes na Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (Lei nº 12.376/2010), a antiga Lei de Introdução ao Código Civil, que não raro se mostram insuficientes.

Nesse sentido, defendem alguns juristas, capitaneados por Cláudia Lima Marques, a utilização do método que se tem por teoria do diálogo das fontes, onde o intérprete pode indicar a aplicação simultânea de uma lei geral com outra ou mais de uma lei geral ou especial, na busca pela coerência do sistema, em especial com os valores eleitos pela Constituição (2012b, p. 38).

A expressão “diálogo das fontes” foi cunhada pelo alemão Erik Jayme e introduzida no Brasil por Cláudia Lima Marques. A técnica a que corresponde a expressão, como afirmado, se apresenta como solução à aplicação das leis no complexo sistema de direito privado na atualidade. Para essa autora, em virtude de um direito com fontes legislativas plúrimas, surge a necessidade de coordenação entre as leis de um mesmo ordenamento. Busca-se na contemporaneidade mais a harmonização das normas do sistema do que a prevalência de uma sobre a outra, numa perspectiva de conflito. O caso do Código de Defesa do Consumidor e do Código Civil é paradigmático. O Código Civil é uma lei editada posteriormente ao Código do Consumidor, tendo ambas a mesma hierarquia e versando sobre institutos comuns, como a responsabilidade civil, prescrição, decadência, contratos, entre outros. Dada a prevalência do Código Civil, por ser uma lei posterior (considerando os critérios para a solução do conflito de leis no tempo, quais sejam, anterioridade, especialidade e hierarquia), a consequência, no caso de eventual colisão, seria a exclusão da norma mais antiga, neste aspecto dispositivos do Código do Consumidor. A proposta de Erik Jayme é a coordenação e a harmonização entre as normas do sistema jurídico ao invés da exclusão de qualquer delas quando ocorrer antinomia:

Nesses tempos, a superação de paradigmas é substituída pela convivência dos paradigmas, a revogação expressa pela incerteza da revogação tácita indireta através da incorporação (veja art. 2.043 do CC/ de 2002). 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 (para sempre) plural, fluido, mutável e complexo (2011, p. 694).

Possuindo ambos os Códigos (civil e consumerista) princípios coincidentes, necessário se faz conhecer sua lógica com vistas a uma harmonização, não a uma exclusão.

Essa interlocução entre o direito do consumidor e o direito civil se demonstra bastante nítida quando da busca pela reparação por danos morais decorrentes de relações de consumo. Sob o prisma dos direitos da personalidade como direitos fundamentais vistos sob a ótica do direito privado, alguns autores enxergam nos direitos do consumidor a concretização desses direitos da personalidade. E é certo que o próprio Código de Defesa do Consumidor garante a salvaguarda dos valores que o cercam na relação de consumo, como o direito à vida, saúde e segurança, como é de ver-se do inciso I do seu artigo 6º (Bittar, 2001, p. 199).

E é na informação e, em especial, na publicidade, que ocorrem com grande intensidade, lesões a direitos da personalidade.

Eduardo Bittar se refere a uma multiplicidade de formas de contato consumerista que podem invadir o terreno dos direitos personalíssimos, a exemplo da cobrança vexatória, do disparo indevido do alarme de segurança em estabelecimento comercial, e da inclusão do nome do consumidor em cadastros restritivos de crédito (2001, p. 200).

Considerando a visceral relação entre os direitos da personalidade e a reparação por danos morais – já se tendo afirmado que um não pode existir sem o outro (LÔBO, 2003) – não é difícil constatar a premência da interlocução entre o direito comum e o especial do consumidor.

Na Alemanha, diferentemente do Brasil – ao menos no que concerne ao direito civil e ao direito do consumidor – com as reformas legislativas de 2000 e 2002 as fontes foram unificadas. O Código de 1900 foi modificado para receber a figura do consumidor. Com isso, escreveu Cláudia Lima Marques, para o direito alemão as relações de consumo são direito civil:

O Direito Civil renasce como centro científico do Direito Privado para abraçar a proteção dos mais fracos, dos vulneráveis, dos consumidores. Um direito civil assumindo a sua função social e de harmonia em todas as relações civis, inclusive as de consumo, evitando assim o radicalismo das disciplinas autônomas (2001, p. 271).

O que se verifica é que a interlocução entre as fontes é uma tendência que decorre da complexidade dos sistemas, um caminho traçado a partir da interdisciplinaridade das matérias envolvidas nas diversas situações jurídicas, um método de interpretação que facilita a resolução das demandas postas a desate na sociedade contemporânea.

3. Princípios liberais e sociais do contrato

Partindo do pressuposto de que é no contrato que a maioria das relações obrigacionais se opera, é de se admitir que as relações jurídicas contratuais também sofreram os influxos da evolução a que o direito das obrigações esteve submetido. O favor debitoris, a ideia do contratante vulnerável, e por certo a própria noção de vulnerabilidade jurídica, são elaborações que contribuíram para a construção da concepção atual do contrato, instrumento maior do tráfego jurídico.

E se o direito sofre diretamente a influência das mutações sociais, o contrato evolui em igual perspectiva, expressando e refletindo um dado momento histórico, um momento cultural novo (USTÁRROZ, 2012, p. 237).

No dizer de Pietro Perlingieri, o significado da norma muda com o dinamismo do ordenamento ao qual pertence (2002, p. 72).

A segunda etapa da idade moderna, que tem por marco as revoluções liberais, é caracterizada pela defesa do Estado mínimo, do Estado garantidor da liberdade do indivíduo sob a máxima da igualdade perante a lei, consagrada no princípio da igualdade formal. Essa liberdade, como visto, se refletiu no contrato e, imune a limitações, careceu de regulação estatal, papel outorgado de forma exclusiva ao mercado nas atividades econômicas de uma maneira geral.

É nesse contexto que surgem os princípios contratuais clássicos, normas que refletiram o ideário do liberalismo econômico de então. Forte na liberdade contratual, quem pactuava o fazia com a mesma força dedicada a lei, vedada a modificação das estipulações. A igualdade formal cuidava de justificar a assimetria dos poderes das partes contratantes, que pactuavam em igualdade de condições.

Os princípios contratuais clássicos ou liberais são o da liberdade contratual ou autonomia privada ou ainda, como querem alguns, autonomia da vontade, dada a plenitude e prevalência desta na celebração das avenças à época do liberalismo, quando não sofria qualquer limitação; o da força obrigatória dos contratos, representada pela expressão latina *pacta sunt servanda*, que vincula os contratantes em um elo incindível e os proíbe de modificar seu conteúdo, suas cláusulas, independentemente de qualquer circunstância interna ou externa que venha a causar desequilíbrio de poderes das partes contratantes e sobre o qual repousa a máxima da segurança jurídica; e o da relatividade subjetiva, que propugna pela eficácia das cláusulas contratuais apenas em relação às partes contratantes.

A liberdade contratual vem desde a passagem do Estado liberal para o Estado social sofrendo limitações em suas diversas manifestações, como a liberdade de escolher o outro contratante, o tipo contratual e o conteúdo de suas cláusulas. Essas limitações vêm a reboque das transformações sociais e da necessidade de proteção ao contratante vulnerável, aquele que não detém poder de barganha na celebração do pacto ou em sua execução. A autonomia privada passa então a ser relativizada à medida em que surgem os princípios construídos sob os auspícios do Estado social, cuja incidência toma caráter de obrigatoriedade e prevalência.

Já a força obrigatória do contrato tem sua origem na própria superioridade da vontade sobre a lei. No direito contratual clássico, a vontade era a força que vinculava os contratantes, cabendo ao direito reconhecer essa força (obrigatória), protegendo-a e interpretando-a (MARQUES, 2011, p. 68). Uma vez celebrados, os pactos haviam de ser cumpridos, não podendo as partes se desvincular dos direitos e deveres contraídos. O princípio foi normatizado pelo direito francês pós-revolucionário, figurando no artigo 1.134 do respectivo Código Civil, segundo o qual os acordos legalmente concluídos fazem lei entre as partes que o celebram e somente podem ser revogados através de novo acordo de vontades ou pelas causas autorizadas em lei. Imperativo observar que cumpria às partes contratantes e

não ao Estado o poder de disciplinar e promover a revisão ou a extinção do contrato. O princípio *pacta sunt servanda*, no entanto, perde força à medida em que surge a imperativa necessidade de equilíbrio entre as partes contratantes e ao tempo em que emerge a busca pelos valores inerentes à justiça social, que o Estado procura alcançar com a intervenção na ordem econômica. O princípio da função social do contrato assim como o princípio da equivalência material amenizam substancialmente a força obrigatória do contrato. Não que ele tenha deixado de obrigar as partes contratantes, o que acarretaria insegurança às relações jurídicas e grave instabilidade no funcionamento do sistema e, por consequência, no tráfego jurídico que, repita-se, tem no contrato o seu principal instrumento. Pelo contrário, as partes pactuam direitos e deveres que são contraídos com o objetivo de vinculá-las mas tendo por limite o equilíbrio dessas obrigações. A obediência ao que foi avençado não mais é exercida cegamente: se sobrepõem à contratação o interesse social e o equilíbrio de poderes entre os contratantes.

O princípio da relatividade subjetiva ou da relatividade dos efeitos do contrato também predominou no direito contratual clássico do Estado liberal, quando o pacto vinculava exclusivamente as partes contratantes. Não há, no entanto, como sustentar a inoponibilidade das cláusulas contratuais a terceiros. O modelo contratual contemporâneo tem no terceiro sua própria dimensão social, impossibilitando que os efeitos que advêm do contrato se limitem apenas às partes que o celebraram. Entre os princípios liberais, o da relatividade subjetiva foi o que maior limitação sofreu com o surgimento do Estado social, dado que, além da premência da observância do contrato pelo terceiro, sobre este recaem muitas vezes os seus efeitos, quer individual, quer coletivamente, como no caso dos interesses difusos e coletivos, inclusive os dos consumidores.

A massificação contratual colaborou veementemente para a irradiação dos efeitos do contrato. E no direito do consumidor, onde o fenômeno é melhor observado, a relatividade subjetiva é ultrapassada, por exemplo, nos casos em que a responsabilidade civil do fornecedor pode ser imputada frente a terceiros que não fizeram parte do contrato de consumo. Explica Paulo Lôbo que “[...] o direito do consumidor rompe o princípio da relatividade subjetiva das obrigações negociais, projetando uma transeficácia que alcança terceiros atingidos pelo dano provocado pelo produto ou serviço, não figurantes do negócio jurídico” (2000, p. 4).

Exemplo significativo da mitigação do princípio contratual da relatividade subjetiva é o que diz respeito à tutela externa do crédito, a qual impõe ao terceiro o dever de abster-se de impedir ou dificultar o direito do credor no contrato. Trata-se de decorrência do dever de solidariedade social que exige de todos, conduta de colaboração para que os atos lícitos atinjam seus fins sociais, impossibilitando que terceiro viole o direito de crédito, sem que a si seja imputada responsabilidade. Adverte Paulo Lôbo que a tutela externa do crédito atinge de forma indireta o princípio da relatividade subjetiva do contrato, já que não diz respeito à sua oponibilidade mas à própria obrigação ou direito de crédito que pode eventualmente ser violado (2011b, p. 59).

Com o Estado social, os princípios clássicos passam a conviver com os princípios sociais do contrato, que não os eliminam, porém relativizam a sua aplicação numa interação harmônica. São eles o princípio da boa-fé objetiva, o princípio da função social do contrato e o princípio da equivalência material ou do equilíbrio contratual.

Os princípios sociais do contrato têm fundamento constitucional, mesmo não figurando explícita e diretamente na Constituição de 1988, alicerce do atual Estado social brasileiro. É possível identificar claramente no texto constitucional diversas normas que alimentam e servem de esteio à boa-fé objetiva, à função social do contrato e ao equilíbrio contratual. A dignidade da pessoa humana (art. 1º, III), os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa (art. 1º, IV), a justiça social (arts. 3º, I e 170, caput), a solidariedade (art. 3º, I), a redução das desigualdades sociais (arts. 3º, III e 170, VII), a função social da propriedade (arts. 5º, XXIII e 170, III) e a defesa do consumidor (arts. 5º, XXXII e 170, V) compõem um conjunto de princípios que se aliam e se alinham a outras normas do sistema para dar sentido ao direito contratual da atualidade, voltado mais à realização do interesse social do que exclusivamente aos interesses das partes contratantes. Um ou mais de um princípio constitucional serve, aqui e ali, de fundamento aos princípios sociais do contrato. Como exemplos a solidariedade social, que serve de base ao princípio da boa-fé e, em conjunto com a justiça social e a redução das desigualdades sociais, dá sustentação ao princípio da equivalência material. A justiça social e a função social da propriedade, por sua vez, fundamentam o princípio da função social do contrato.

Entretanto, é na legislação infraconstitucional, mais precisamente no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor, que são encontradas referências expressas aos princípios sociais do contrato. Essas normas, no entanto, extraem os fundamentos de sua validade na Constituição.

O princípio da boa-fé objetiva impõe aos contratantes conduta honesta e leal no âmbito do negócio jurídico. É regra de comportamento que obriga os contratantes e deve ser observada tanto no momento da celebração do contrato quanto no da execução, remanescendo até mesmo após a sua extinção.

E foi com o advento do CDC (Lei nº 8.078/90) que a boa-fé objetiva foi positivada no ordenamento brasileiro, figurando no inciso III do artigo 4º como princípio orientador das relações entre fornecedores de produtos e serviços, sendo observada também no inciso IV do artigo 51 e de resto em todo o corpo normativo do Código na forma de deveres gerais de conduta dela decorrentes, alguns alçados a condição de princípio autônomo nas relações de consumo, como a informação.

A boa-fé objetiva foi igualmente contemplada no Código Civil já em 2002, onde lhe são identificadas, de maneira sintética, três funções: a de norma de interpretação (art. 113), a de norma limitadora do exercício de direitos subjetivos (art. 187) e a de norma criadora de deveres entre as partes contratantes (art. 422).

O princípio da função social do contrato, por sua vez, é comando normativo disposto no artigo 421 do Código Civil, que se traduz na prevalência dos interesses sociais sobre os interesses individuais dos contratantes, sempre que aqueles se apresentarem. Os interesses sociais e individuais não se excluem mas se complementam, observando-se com prioridade entretanto, a repercussão do contrato no ambiente social.

Para Paulo Lôbo, “[...] o princípio da função social do contrato importa a especialização, no âmbito das relações negociais, do princípio constitucional da justiça social” (2011a, p. 68).

Ricardo Lorenzetti, por sua vez, aponta que na contemporaneidade o contrato não é mais um assunto individual. Ao contrário, é uma instituição social que não repercute exclusivamente na seara dos contratantes. A sociedade quer e precisa que hajam bons contratantes, e isto, para o autor argentino – na esteira das lições de Francesco Messineo – caracteriza um novo “espírito contratual”, que denomina de “princípio da socialidade”, o qual impõe obrigações aos parceiros contratuais, que devem atuar com diligência e boa-fé, comportamentos estes que não têm sua fonte no contrato (2009, p. 30).

Por fim, o princípio da equivalência material expressa a preocupação do direito com o desequilíbrio de poderes entre os contratantes e bebe na fonte da igualdade substancial, que lhe dá sentido. Seu fundamento constitucional, como visto, é encontrado nos princípios da solidariedade (art. 3º, I), da justiça social (art. 3º, I e 170, caput) e da redução das desigualdades sociais (art. 3º, III e 170, VII). Seu objetivo é equacionar o real equilíbrio de direitos e deveres no contrato, desde antes de sua celebração até após a sua execução, buscando impedir excesso de vantagens ou onerosidades a um dos contratantes.

É a contratação justa que o princípio da equivalência material busca alcançar. Esse fim, no entanto, não pode ser atingido sem a incidência dos demais princípios sociais. Justo será o contrato que, fundado no primado da boa-fé, exerça função social e equacione equilíbrio entre os poderes das partes contratantes.

Rodrigo Toscano de Brito, em estudo específico sobre a equivalência material nos contratos em geral, defende que a ideia de equilíbrio se pauta em duas importantes noções de direito constitucional, a proporcionalidade e a razoabilidade, que devem ser também almejadas para o atingimento da justiça contratual. Sobre o princípio da proporcionalidade deve repousar a correspondência entre o fim a ser alcançado por uma disposição normativa – contratual na espécie – e o meio utilizado pelos contratantes para alcançá-la. A razoabilidade, por sua vez, é um componente que deve se fazer presente também nas estipulações contratuais, já que supõe harmonização de interesses conforme à razão, a moderação, o equilíbrio. Os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade compõem, dessa maneira, o conteúdo da equivalência material (2007, p. 13). O mesmo autor, ainda que reconhecendo que o desequilíbrio no contrato se forma em função da vulnerabilidade de um dos contratantes, defende que, mesmo onde ela não se faça presente, como no caso dos contratos celebrados entre empresas, onde os figurantes são presumivelmente iguais, há que se buscar sempre a equivalência material, que pode se fazer necessária em virtude de um desequilíbrio objetivo que venha a emergir da relação contratual:

Por isso, do ponto de vista principiológico, não se pode diferenciar a natureza do contrato, ou seja, se civil, empresarial, de consumo ou qualquer outro. Se a ótica é do equilíbrio, este deve ser observado em qualquer contratação, devendo-se admitir que, nos contratos que contam com a participação de contratantes vulneráveis, seja mais usual o chamamento do princípio e, certamente, maior a intervenção estatal (2007, p. 21).

Esse ponto de vista é defensável na medida em que se possa considerar a vulnerabilidade hoje como um princípio autônomo, que chama para si a equivalência material do contrato. Esta deverá ocorrer sempre se um dos contratantes for vulnerável mas pode ser alcançada também nas situações em que o equilíbrio se faça necessário.

Verifica-se assim que os princípios individuais do direito contratual convivem hoje com os princípios sociais adotados pelo ordenamento, todos “[...] correspondentes ao modelo constitucional de Estado social” (LÔBO, 2011, p. 57). Na verdade, esses princípios contratuais se interligam e em sua aplicação se deve procurar sempre a harmonização, o que é facilitado sobremaneira com a interlocução entre as duas principais fontes legislativas do direito privado, o Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor. A função social do contrato, a boa-fé objetiva e a equivalência material, no entanto, como princípios sociais que são, devem prevalecer sempre em caso de colisão com os princípios do direito contratual clássico, isto em função da nítida opção do projeto constitucional brasileiro pela justiça social.

4. A boa-fé nas relações de consumo

A boa-fé como instituto jurídico atravessa longo percurso de elaboração, como sói acontecer de uma maneira geral com o próprio direito, fenômeno social que é e que o faz inclinado às vicissitudes do tempo e da cultura de um povo. A maior contribuição do conceito de boa-fé para o direito ocorre na modernidade, mais precisamente na passagem do Estado liberal para o Estado social, quando entra em cena nas relações jurídicas sua vertente objetiva, que vem a exercer importantes funções no direito das obrigações, em especial no negócio jurídico e por consequência no contrato, que é sua maior expressão.

A noção de boa-fé subjetiva, que está relacionada ao pensamento do sujeito da relação jurídica de estar agindo da maneira determinada pelo ordenamento, vem a ser substituída pela boa-fé objetiva, da qual não se afasta totalmente, vindo a complementá-la. A boa-fé objetiva é um modelo ético de conduta que deve ser observado indistintamente pelos sujeitos da relação jurídica. A conduta relativa à boa-fé objetiva é o comportamento de retidão, de lealdade.

Como visto, a boa-fé figura entre os princípios sociais do contrato, norma que determina a conduta dos contratantes até mesmo antes da celebração e após a extinção do pacto.

No direito do consumidor a boa-fé assume fulcral importância. Foi no respectivo Código que ela foi normatizada no direito brasileiro, permeando todo o texto legal e figurando como princípio e também fundamento para a harmonização dos interesses das partes nas relações jurídicas de consumo e para a compatibilização da própria proteção do consumidor com aspectos do mercado que devem viabilizar os demais princípios sobre os quais se funda a ordem econômica (art. 4º, III). A boa-fé também é encontrada no inciso IV do artigo 51, que versa sobre as cláusulas contratuais abusivas, como norma de calibragem da própria compatibilidade das estipulações contratuais entre fornecedores e consumidores. Vedadas estão as cláusulas e condições gerais nos contratos de consumo, que sejam incompatíveis com a boa-fé. Na verdade, a boa-fé objetiva permeia todo o corpo normativo do Código de Defesa do Consumidor, dela decorrendo diversas normas de conduta como a que estabelece como direito básico do consumidor a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva e outros métodos e práticas comerciais desleais (art. 6º, IV); ou a que veda ao fornecedor a elevação do preço de produtos ou serviços sem causa que a justifique (art. 39, X); ou ainda a que prescreve que o consumidor inadimplente não será exposto ao ridículo ou submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça (art. 42).

Registro especial merece o dever de informação que, dada a sua fundamental importância nas relações jurídicas de direito do consumidor, destacou-se da boa-fé para assumir posição de princípio autônomo. De fato, o próprio CDC concebeu a informação como princípio (art. 4º, IV) e como direito básico do consumidor (art. 6º, III). Diversos dispositivos do código salientam a relevância da informação nas relações de consumo, como os artigos 8º, 9º, 30, 31 e 43.

Adverte Cláudia Lima Marques que nas relações de consumo a boa-fé objetiva se faz presente como “[...] um standard, um parâmetro objetivo, genérico, que não está a depender da má-fé subjetiva do fornecedor A ou B, mas de um patamar geral de atuação” (2011, p. 215). É dever de ambos os contratantes mas dada a vulnerabilidade do consumidor, que se reveste da condição de presunção absoluta, premissa da relação jurídica e princípio máximo do direito do consumidor, é ao fornecedor de produtos e serviços que ela é dirigida. Apesar de princípio da nova teoria contratual, o dever de atuar sob os ditames da boa-fé atinge e obriga a todos, inclusive nas relações extracontratuais.

Dos princípios contratuais de uma forma geral, decorrem diversos deveres gerais de conduta. Diz-se dos princípios porque tais deveres não derivam natural e exclusivamente da relação obrigacional nem do dever de adimplemento na qualidade de acessórios ou anexos, como apregoava a doutrina clássica. Os deveres gerais de conduta, no entender de Paulo Lôbo, despontaram da evolução do direito e estão acima e não ao lado da obrigação ou do dever de adimplemento, servindo-lhes de limites externos e internos: “[...] derivam diretamente dos princípios normativos e irradiam-se sobre a relação jurídica obrigacional e seus efeitos, conformando e determinando, de modo cogente, assim o débito como o crédito” (2011b, p. 74). Para este autor, no ordenamento brasileiro, são deveres gerais de conduta o de boa-fé, o de realização da função social das obrigações, o de equivalência material das prestações, o de equidade, o de informar e o de cooperar.

O dever geral de informação

O dever de informação, de vital aproximação com o princípio da boa-fé, nem sempre é considerado autônomo com relação a este pela doutrina.

Cláudia Lima Marques trata os deveres de informação e cooperação como anexos ou acessórios ao princípio da boa-fé, aos quais acrescenta o dever de cuidado. Diferentemente do entendimento de Paulo Lôbo, a autora, influenciada pela jurisprudência alemã, enxerga os deveres de conduta como deveres anexos, acessórios à obrigação principal, a eles estando sujeitas as partes da relação jurídica, que sofrerão sanção em caso de descumprimento (2011, p. 221).

A inovação trazida pela doutrina de Paulo Lôbo transpõe os deveres gerais de conduta para além do caráter de complementariedade do dever de prestar adimplemento, elevando-os a um patamar superior, não de simples derivação da relação obrigacional ou do próprio dever de adimplemento mas de decorrência direta dos princípios, exercendo sobre a relação obrigacional limites externos e internos. E vai além o referido autor ao atribuir autonomia ao dever de informação.

Tendo sua origem no princípio da boa-fé, antes uma construção doutrinária e jurisprudencial, hoje uma norma positivada, o direito à informação figura no Código de Defesa do Consumidor como princípio no inciso IV do artigo 4º e como direito básico do consumidor no inciso III do artigo 6º, estabelecendo o artigo 31 do Código a amplitude do correlato dever de informar do fornecedor de produtos e serviços, determinando quais os aspectos relevantes que devem obrigatoriamente ser informados. Destaca Fabíola Santos Albuquerque que não é qualquer informação que exime o fornecedor do dever imposto pelo mencionado inciso III do artigo 6º do CDC. Necessário que a informação seja adequada e clara, com especificação correta de quantidade, característica, composição, qualidade, tributos incidentes e preço e que também aponte os riscos que os produtos e serviços apresente, na exata dicção do dispositivo (2001, p. 91).

No entender de Paulo Lôbo, o direito à informação restará assegurado se o correspectivo dever de informar por parte do fornecedor for cumprido. E apesar de reconhecer a origem do direito à informação no princípio da boa-fé objetiva, explica o autor que nela, porém, não se encerra o dever de informar:

Contudo, o dever de informar não é apenas a realização do princípio da boa-fé. Na evolução do direito do consumidor assumiu feição cada vez mais objetiva, relacionado à atividade lícita de fornecimento de produtos e serviços. A teoria contratual também construiu a doutrina dos deveres anexos, deveres acessórios ou deveres secundários ao da prestação principal, para enquadrar o dever de informar. O desenvolvimento do direito do consumidor foi além, transformando-o no correspectivo direito à informação, como direito fundamental, e o elevando a condicionante e determinante do conteúdo da prestação principal do fornecedor. Não se trata apenas de dever anexo (2011, p. 67).

No CDC, como já afirmado, o direito à informação assume o status de dever básico, permeando toda a existência do contrato e permanecendo presente após a sua execução:

Como vimos, informar é comunicar, é compartilhar o que se sabe de boa-fé, é cooperar com o outro, é tornar 'comum' o que era sabido apenas por um. Informar é dar 'forma', é exteriorizar o que estava interno, é compartilhar, é 'comunico-are', é chegar ao outro, é aproximar-se. A informação é tema transversal e multifacetado do direito privado. Informação é, ao mesmo tempo, um estado subjetivo, é o saber ou o não saber, informação é um processo interativo, que se denomina normalmente de comunicação; informação é um conteúdo, são os dados, saberes, conhecimentos, imagens, sons, formas, palavras, símbolos ou (in)formações organizadas, e – acima de tudo – informação é um direito (MARQUES, 2011, p. 800).

A imprescindibilidade da informação para o direito do consumidor é destacada em importante leading case no Superior Tribunal de Justiça (RESP. 586.316, julgado em 17 de abril de 2007), no qual as indústrias alimentícias que utilizam “glúten” nos produtos por elas fabricados, restaram obrigadas a apor nas respectivas embalagens advertência sobre a utilização da substância, a que determinados consumidores, entre os quais os doentes celíacos, possuem intolerância.

O artigo 31 do CDC ao determinar como deve ser prestada a informação na oferta e apresentação de produtos e serviços, o faz de modo exemplificativo. Há nítida preocupação,

no caso dos produtos, com as suas características físicas, como também com relação aos serviços no que concerne à repercussão econômica, bem assim à saúde e à segurança do consumidor (MARQUES, 2011, p. 802).

Questão emblemática no que diz respeito à informação a ser prestada nos moldes do mencionado artigo 31 é a apresentação dos produtos oferecidos nas gôndolas de supermercados através de código de barras, o que dificultou sobremaneira a identificação não só do próprio produto mas também e principalmente de suas características. A Lei nº 10.962/2004 permitiu a utilização do código de barras sob certas condições, entre elas a afixação de equipamentos de leitura ótica para identificação do preço. Perdeu o legislador a oportunidade de avançar no respeito à vulnerabilidade do consumidor. É consabido o abismo existente entre os avanços tecnológicos alcançados pelo Brasil e sua utilização por parte da grande massa de consumidores excluídos da chamada era digital. Boa parte dos consumidores que frequentam os supermercados não sabem lidar com tais equipamentos que, ademais, são escassos e difíceis de localizar nas respectivas lojas.

Embora consolidada a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça acerca da permissão de utilização do código de barras após o advento da referida Lei nº 10.962/2004, decisões prolatadas antes de sua entrada em vigor melhor traduziam a realidade fática, como é de ver-se da ementa abaixo transcrita do acórdão prolatado no Mandado de Segurança nº 6.010/DF, julgado em 13 de outubro de 1999:

DIREITO DO CONSUMIDOR – PREÇO – PRODUTOS – SUPERMERCADO – EXIGÊNCIA – CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

Um dos princípios básicos em que se assenta a ordem econômica é a defesa do consumidor. A Lei 8070/90, em seu artigo 6º, inciso III, relaciona entre os direitos básicos do consumidor:

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 apresentam.

Os donos de supermercados devem fornecer ao Consumidor informações adequadas, claras, corretas, precisas e ostensivas sobre os preços de produtos à venda. O fato de já existir, em cada produto, o código de barras, não é suficiente para assegurar a todos os consumidores estas informações. Para atender realmente o que estabelece o Código do Consumidor, além do código de barras e do preço nas prateleiras, devem os supermercados colocar os preços em cada produto. Segurança denegada.

Assim como acontece com a vulnerabilidade, a informação é pressuposto do direito do consumidor. Sua importância, na verdade, transcende as relações jurídicas nesta que é conhecida como “a era da informação”, delimitada a partir da década de 60 do século XX com a criação dos supercomputadores e mais tarde, nos anos 90, com o surgimento da internet, a rede mundial de computadores. A doutrina, então, que não se preocupava com o aspecto jurídico da informação, passa a fazê-lo quando ela se torna determinante para traçar o rumo da vida em sociedade (CARVALHO, 2002, p. 255).

Paulo Lôbo indica campo do conhecimento onde a informação apresenta significado aproximado ao que tem no direito do consumidor, que é o direito da comunicação. Dita aproximação, no entanto, preserva a diferença necessária a uma compreensão mais precisa do fenômeno, que o referido autor destaca como inserido no contexto do direito fundamental da liberdade de expressão e, em sentido estrito, relacionado com o direito de buscar, receber, compartilhar e publicar informações:

O direito à informação, no âmbito exclusivo do direito do consumidor, é direito à prestação positiva oponível a todo aquele que fornece produtos e serviços no mercado de consumo. Assim, não se dirige negativamente ao poder político, mas positivamente ao agente de atividade econômica. Esse segundo sentido, próprio do direito do consumidor, cobra explicação de seu enquadramento como espécie do gênero direitos fundamentais (2001, p. 62).

Outra vertente encontrada por Paulo Lôbo para o significado de informação é a de bem de consumo, em que ela própria informação se transmuta em mercadoria para a indústria da comunicação. E é especialmente na seara da publicidade que se encontra a confluência entre informação e relação de consumo.

A informação publicitária, por sua vez, também encontra guarida no Código de Defesa do Consumidor, o que significa que a atividade publicitária sofre influxo e incidência das normas que compõem esse sistema legal.

É razoável afirmar, no entanto, que existe certo descompasso entre o direito do consumidor e o direito da comunicação. Ambos, na verdade, não dialogam ou, ao menos não vêm dialogando como deveria acontecer no decorrer da incontestável evolução do direito do consumidor. Enquanto este, alicerçado em uma legislação voltada para os comandos constitucionais do Estado social de direito, onde a ordem econômica é fundada na livre iniciativa – conformada esta porém aos ditames da justiça social – tem por princípio estruturante, entre outros, a defesa do consumidor, o direito da comunicação se apresenta em um invólucro de certo modo impenetrável e se mostra, nos mais das vezes, infenso à mudança paradigmática trazida pelo Constituinte de 1988 e pelo legislador infraconstitucional, com a edição da Lei 8078/90.

De fato, pouca interlocução há entre os dois sistemas que, ao menos em tese, deveriam se harmonizar:

Direito e Comunicação parecem dispostos a travar monólogos em separado. De um lado, as grandes empresas de comunicação se arvoram na condição de entidades imunes a toda tentativa de regulamentação da sua atividade, estando seus veículos sempre prontos a invocarem fantasmas do passado, para evitar, sob o argumento do ‘retorno à censura’, qualquer mínima interferência estatal em seus domínios, aí abrangidas mesmo aquelas propostas que se limitam a buscar a democratização do acesso aos meios de comunicação, estimulando uma mídia independente não apenas do ‘governo’, mas também do ‘mercado’ comunicativo. (SCHREIBER, 2013a, p. 17).

Nos contratos de crédito ao consumidor pessoa física repousam graves violações ao direito à informação, como se demonstra a seguir.

A boa-fé nas situações de superendividamento do consumidor

Vários são os exemplos de violação ao dever de informação. Um dos casos mais emblemáticos, porém, é o dos contratos para fornecimento de crédito, dado o sério risco de superendividamento pelo consumidor.

Não obstante ser um problema de ordem individual, o superendividamento vem refletindo de tal maneira na sociedade que se transforma em uma questão de ordem social, a ser tratada – prevenção e tratamento propriamente dito – sob ótica coletiva, inclusive com o implemento de políticas públicas para solucioná-la.

Não há dúvida porém que o superendividamento acontece, entre outras razões, porque os dois setores da economia de maior envolvimento com a questão vêm passando, em muitas situações, ao largo do regime jurídico estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor. São eles a atividade publicitária e o setor bancário. A primeira por insistir em uma auto-regulamentação anacrônica que, embora tenha cumprido importante missão em dado momento histórico, hoje ajuda somente a afastar a publicidade das regras de direito do consumidor; a atividade bancária por não desistir, dado o poder que representa, de tentar repelir a aplicabilidade do CDC às relações jurídicas travadas entre o consumidor e os bancos, mesmo após o julgamento da ação direta de inconstitucionalidade (ADI) nº 2591-1, quando o Supremo Tribunal Federal consolidou o entendimento pela constitucionalidade do § 2º do artigo 3º do CDC, o qual dispõe sobre o conceito de serviço para os fins estipulados no caput, caracterizando como tal a atividade bancária. É justamente a conjunção e o influxo dessas duas atividades no mercado consumidor que contribui para o nível de endividamento alcançado hoje pela população brasileira.

Ao se destacar do direito civil, não foi difícil ao direito do consumidor estabelecer a necessidade de prevenção e tratamento do superendividamento. Sim porque a sociedade dita pós-moderna, da hipercomplexidade, do crédito e do consumo exacerbado criou ambiente propício ao consumismo e ao endividamento, o que vem sendo potencializado pelos apelos publicitários e pela inexistência de uma educação para o consumo no decorrer das últimas décadas, para atingir índices alarmantes e justificar o superlativo.

No Brasil, embora o Código de Defesa do Consumidor não disponha de ampla regulamentação com relação ao crédito ao consumidor, mencionando-o de maneira explícita somente em seu artigo 52, a redação do § 2º do artigo 3º, o qual foi declarado constitucional pelo Supremo Tribunal Federal no julgamento da ADI nº 2591-1, não deixa dúvida da inclusão de todo e qualquer fornecimento de produto ou serviço bancário de uma maneira geral.

Apesar da clareza do conceito de fornecedor trazido à luz pelo mencionado § 2º do artigo 3º da Lei nº 8.078/90, convém salientar, apenas como reforço argumentativo, que a atividade bancária, ou mais precisamente aquela exercida pelas instituições financeiras, sempre foi considerada atividade comercial e como tal está expressamente prevista no rol das atividades constantes no caput do aludido artigo 3º. De fato, o revogado Código Comercial brasileiro (Lei nº 556, de 25 de junho de 1850) considerava comerciante o banqueiro que tinha por profissão habitual de seu ofício “as operações chamadas de Banco”. O conhecido Regulamento 737, em verdade o Decreto nº 737, de 25 de novembro de 1850, também

classificou como mercancia as operações de câmbio, banco e corretagem (art. 19, § 2º). E devendo as instituições financeiras serem instituídas na forma de sociedade anônima (Lei 4.595/1964, art. 25, caput), forçoso é reconhecer que sobre as mesmas incidem as normas constantes da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, a qual dispendo sobre as sociedades por ações estabelece no § 1º de seu artigo 2º que a companhia – a sociedade anônima – independentemente de seu objeto social, é regida pelas leis e usos do comércio.

O consumidor de crédito em sentido estrito, por sua vez, é aquele definido no caput do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor: a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Para que a relação jurídica seja regida pelo CDC, faz-se necessária a utilização do crédito para fins pessoais ou familiares, havendo presunção juris tantum de utilização do crédito para fim não profissional se o consumidor for pessoa física. A presunção será em sentido contrário em se tratando de utente pessoa jurídica. Porém somente a pessoa física pode caracterizar o consumidor superendividado e nessa qualidade obter a proteção da lei. E isto se dá pelo fato de que ao endividamento da pessoa jurídica, o ordenamento jurídico há muito oferece solução.

Na doutrina brasileira, Cláudia Lima Marques concebe o superendividamento como “[...] a impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriunda de delitos e de alimentos)” (2006, p. 256).

Observa-se no conceito apresentado que a boa-fé tem enorme importância não somente pela necessidade de observância da norma de conduta de uma maneira geral, mas sobretudo no seu cumprimento tanto no momento do consumidor contrair a dívida como no de solucionar seu estado de ruína financeira.

Consumidor superendividado então é a pessoa física que, atuando de boa-fé, se encontra em situação de impossibilidade global de honrar suas dívidas atuais e futuras de consumo (MARQUES, 2006, p. 256).

É possível assim depreender que há dois tipos de consumidores superendividados: os que contratam imbuídos de boa-fé e os que pactuam de má-fé. É a boa-fé o divisor de águas, o elemento que define o tratamento a ser dado ao consumidor em situação de superendividamento. O devedor superendividado que contratou atuando de má-fé está, por óbvio, excluído da tutela do mesmo tratamento a ser dado ao consumidor que contraiu dívida atuando de boa-fé.

Síntese conclusiva

É possível concluir que a assimetria contratual e a ausência das necessárias informações na contratação do crédito ao consumidor pessoa física são as maiores causas para as situações de superendividamento. Nesse aspecto reside a mais importante aplicação do princípio da boa-fé para o fornecedor de crédito em tais contratos.

E mesmo no que concerne à má administração do orçamento familiar, existe forte componente sócio-educativo e de cunho também informacional, uma vez que a grande maioria dos consumidores não tem acesso a uma educação inclusiva e capaz de conscientizá-los quanto aos seus direitos e deveres, na forma do que dispõe o inciso IV do

artigo 4º do CDC, que estabelece como princípio das relações de consumo a “educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo”:

Ressalte-se que o cenário brasileiro tem como protagonistas indivíduos que vivem abaixo da linha de pobreza, sendo muitos os analfabetos (mesmo que funcionais), país onde impera uma educação pública desmoralizada. E é justamente nessa massa que é despejada, todos os dias, a ilusão da ascensão através do consumo do supérfluo, e não pelo agir virtuoso (FORNASIER, 2013, p. 273).

Questão de extrema relevância é que o peso determinante e comum para o aumento e descontrole das dívidas é o financiamento ou empréstimo concedido ao sujeito que já se encontra endividado.

As pessoas estão expostas à publicidade de crédito e vêm sendo atraídas pela facilidade com que os empréstimos e financiamentos são veiculados na mídia, principalmente a televisiva, que invade suas salas, oferecendo o acesso a bens e serviços.

O estigma de devedor desvaloriza a pessoa, que se sente diminuída no meio social. O estímulo ao superendividamento, que como visto é de responsabilidade do próprio fornecedor e da indústria publicitária, além de uma prática moralmente condenável, vai de encontro aos valores erigidos a princípios constitucionais e que dão norte ao ordenamento jurídico, a exemplo da dignidade da pessoa humana e da solidariedade.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Fabíola Santos. O dever de informar nas relações de consumo. Revista trimestral de direito civil. Rio de Janeiro: Padma, v. 5, n. 2, 2001, p. 83-100.

BELMONTE, Cláudio Petrini. A redução do negócio jurídico e a proteção dos consumidores – uma perspectiva luso-brasileira. Coimbra: Coimbra, 2003.

BITTAR, Eduardo C. B. Direitos do consumidor e direitos da personalidade: limites, intersecções, relações. Revista de direito do consumidor. São Paulo: RT, n. 37, jan./mar., 2001.

BOURGOIGNIE, Thierry. A política de proteção do consumidor: desafios à frente. Revista de direito do consumidor. São Paulo: RT, n. 41, jan./mar., 2002, p. 30-38.

CARVALHO, Luís Gustavo Grandinetti Castanho de. A informação como bem de consumo. Revista de direito do consumidor. São Paulo: RT, n. 41, jan./mar., 2002, p. 253-262.

COMPARATO, Fábio Konder. A proteção do consumidor: importante capítulo do direito econômico. Revista da Consultoria Geral do Estado. Porto Alegre: Instituto de Informática Jurídica, n. 14, v. 6, 1976, p. 81-105.

FACHIN, Luiz Edson. A construção do direito privado contemporâneo na experiência crítico-doutrinária brasileira a partir do catálogo mínimo para o direito civil-constitucional no

Brasil. In: TEPEDINO, Gustavo (Org.). Direito civil contemporâneo. São Paulo: Atlas, 2008, p. 12-17.

FORNASIER, Mateus de Oliveira; ENGELMANN, Wilson. Superendividamento e dignidade: um enfoque hermenêutico do instrumental técnico de exacerbação do hiperconsumismo na sociedade contemporânea à luz do direito do consumidor brasileiro. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: RT, n. 88, jul./ago., 2013, p. 259-290.

GOMES, Orlando. A política legislativa de proteção ao consumidor. Revista de direito civil, imobiliário, agrário e empresarial. São Paulo: RT, n. 52, abr./jun., 1990, p. 115-122.

JAYME, Erik. Visões para uma teoria pós-moderna do direito comparado. Revista dos Tribunais. São Paulo: RT, n. 759, jan., 1999, p. 24-37.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. Revista de direito do consumidor. São Paulo: RT, n. 37, 2001, p. 59-76.

_____. Danos morais e direitos da personalidade. Jus Navigandi, Teresina, ano 8, n. 119, 31 out. 2003. Disponível em <<http://jus.com.br/revista/texto/4445>>. Acesso em 8 out. 2012.

_____. Direito civil. Parte geral. São Paulo: Saraiva, 2009a.

_____. Direito civil. Contratos. São Paulo: Saraiva, 2011a.

_____. Direito civil. Obrigações. São Paulo: Saraiva, 2011b.

LÓPEZ, Vicente Gozalo. El sobreendeudamiento y la protección de los consumidores en el concurso de acreedores en España: una regulación fallida. Revista de direito do consumidor. São Paulo: RT, n. 69, jan./mar., 2009, p. 141-159.

LORENZETTI, Ricardo Luis. Consumidores. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni, 2009.

MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no código de defesa do consumidor. São Paulo: RT, 2011.

_____; WEHNER, Ulrich. Código Civil alemão muda para incluir a figura do consumidor – Renasce o “direito civil geral e social?”. Revista de direito consumidor. São Paulo: RT, n. 37, jan./mar., 2001, p. 271- 277.

_____; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006.

_____; MIRAGEM, Bruno. O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis. São Paulo: RT, 2012a.

PERLINGIERI, Pietro. Perfis do direito civil. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

SCHREIBER, Anderson. Direito e mídia. In: SCHREIBER, Anderson (Coord.) Direito e mídia. São Paulo: Atlas, 2013a.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA (STJ). HC 12547-DF. j. 01.06.2000. Brasília: RSTJ, vol. 148, p. 387. Disponível em www.stj.jus.br. Acesso em 15.07.2014.

TEIXEIRA, Sálvio de Figueiredo. A proteção do consumidor no sistema jurídico brasileiro. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno (Orgs). Doutrinas essenciais. Direito do consumidor. São Paulo: RT, Vol. I, 2011, p. 389-421.

TEPEDINO, Gustavo. Temas de direito civil. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

USTÁRROZ, Daniel. O solidarismo no direito contratual brasileiro. In: MARQUES, Cláudia Lima (Coord.). Diálogo das fontes. Do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro. São Paulo: RT, 2012, p. 233-277.

Notas de Rodapé:

[1] O presente artigo foi publicado na Coletânea “Boa-fé e sua aplicação no direito brasileiro”- Ed. Forum, 2017, fruto das pesquisas do Grupo Constitucionalização das Relações Privadas – CONREP (UFPE).

[2] Pós-doutorando em Direito Civil pela UERJ; Mestre e Doutor pela UFPE; Pesquisador do Grupo de Pesquisa Constitucionalização das Relações Privadas – CONREP (UFPE); Pesquisador do Grupo de Pesquisa Historicidade e Relatividade do Direito Civil (UERJ); Pesquisador visitante do Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales privatrecht; Procurador do Município do Recife. E-mail: gustavo@gustavoandrade.adv.br.

Palavras Chaves

Consumidor – Boa-fé – Informação – Superendividamento.