

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

### **THE LEGAL TUTELAGE TOWARDS THE OVER-INDEBTED CONSUMER'S HONOR FACING CREDIT-PROVIDING ABUSIVE PRACTICES**

*Anne Augusta Alencar Leite Reinaldo*

**RESUMO:** Este artigo tem por objeto o estudo da proteção conferida pela legislação consumerista ao direito à honra do consumidor superendividado diante das práticas abusivas cometidas pelo fornecedor de crédito. Percebe-se, na atual conjuntura do mercado de consumo, que o crédito é a mercadoria capital nas negociações do consumidor com o fornecedor, porque representa *status* e melhoria de vida, configurando-se como o termômetro da dignidade do consumidor na sociedade, de modo que quem não possui crédito na praça não é valorizado enquanto ser humano. A facilidade na concessão do crédito, a vulgarização do mesmo e a ausência de legislação pontual que regulamente a matéria são fatos geradores do fenômeno social do superendividamento. Considerado pela doutrina como uma questão de saúde pública, o endividamento exagerado do consumidor compromete, na maioria das vezes, o pagamento de suas dívidas, levando-o a se tornar inadimplente e a ser cobrado pelos fornecedores, normalmente por meio de condutas abusivas defesas pelo CDC, sendo violada assim, a honra do consumidor e, conseqüentemente, seus direitos fundamentais e personalíssimos. Nesse aspecto, surge a necessidade da tutela jurídica aos direitos da personalidade do consumidor no âmbito das relações de consumo, sendo imprescindível o combate aos fatos geradores do superendividamento e às praticas abusivas do fornecedor diante da cobrança realizada ao consumidor.

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

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

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

## INTRODUÇÃO

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

É cristalina a necessidade da lei específica consumerista tutelar os direitos da personalidade do consumidor, que se configuram como direitos fundamentais da pessoa humana, pois, antes mesmo do consumidor se revestir do manto do consumo e ser um dos sujeitos da relação de consumo, ele é pessoa humana, detentora de direitos e garantias fundamentais por força constitucional<sup>1</sup>.

Conforme o profundo ensinamento de Bolson:

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

A Política Nacional de Relações de Consumo é instrumento operante dessa realização dos direitos fundamentais, principalmente dos direitos da personalidade do consumidor enquanto ser humano. Observa-se que o Código Civil tutela os direitos da personalidade, estabelecendo um rol nos seus artigos 11 e 12. Entretanto, quando se trata da defesa do consumidor, o CDC estabelece, nos artigos 6º, I e 42, o regramento desses direitos. Ainda, não se pode omitir que o artigo 5º da Constituição Federal é o espelho maior, que reflete todas as preocupações infraconstitucionais com a defesa dos direitos fundamentais, sobretudo com a tutela dos direitos fundamentais do consumidor, e a defesa destes é princípio geral da atividade econômica, como atesta o artigo 170 (BRASIL, 1988). Desta forma, elucida Bolson (2004, p. 140): “Então, tanto os direitos

---

<sup>1</sup> Conforme preconiza o artigo 5º da Constituição Federal (BRASIL, 1988).

da personalidade como os direitos do consumidor são direitos fundamentais, o que lhes caracteriza como integrantes do rol das cláusulas pétreas, especificamente o art. 60, IV, da Constituição”.

Os direitos do consumidor albergam, em sua textura, direitos da personalidade. São, mais propriamente, em parte, e não em sua totalidade, concretização de direitos da personalidade.

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

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

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

Enfim, cumpre ressaltar, diante da análise dos direitos fundamentais do consumidor, quais são esses direitos, sua classificação, sua distinção em relação às diversas nomenclaturas utilizadas na doutrina, a saber: os direitos humanos, direitos do homem, direitos individuais, direitos humanos fundamentais, liberdades públicas, dentre outras; sua especificidade, e, de forma capital, quais são os direitos da personalidade protegidos pelo CDC – por se tratar do objeto desse trabalho – e de que forma o direito à honra do consumidor é tutelado pela legislação consumerista, diante dos inúmeros abusos cometidos pelos fornecedores de crédito.

## **1. OS DIREITOS FUNDAMENTAIS E DA PERSONALIDADE COMO ALVOS DA PROTEÇÃO CONSUMERISTA: UMA BREVE ANÁLISE DE AMBOS OS INSTITUTOS**

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

Na História inglesa, a evolução dos direitos humanos se deve, inicialmente, à Magna Carta de 1215; à Petição de Direitos de 1628; ao *Habeas Corpus Act*, de 1679, considerado a segunda Magna Carta inglesa; à Declaração de Direitos de 1698 (TAVARES, 2009, p. 454). Já no contexto americano, a Declaração de Direitos da Virgínia de 1776 e a Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão de 1789, influenciaram o constitucionalismo dos direitos humanos (PEREIRA, 2006).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Assim, o doutrinador supracitado sustenta a ideia de que, partindo do contexto de que os direitos fundamentais obrigam o ordenamento jurídico e não podem ser, em hipótese alguma, violados, existiria um “direito fundamental à proteção”. (MARQUES, 2000)

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

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

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

Os direitos da personalidade só vieram a ser examinados, recentemente, pela doutrina civil moderna, tendo em vista que foram os Códigos do século XX que incluíram, em seus textos, tratamento sistemático e específico à matéria. Berti (1997, p. 157), no entanto, ressalta: “Apesar de a doutrina observar em nossos dias uma forma metódica para o seu estudo, a categoria está longe de alcançar um grau de evolução ideal”.

Esses direitos são repletos de dificuldades quando se trata de sua tutela, inicialmente pela divergência doutrinária quanto à sua extensão, quanto à sua nomenclatura e quanto ao seu alcance. Para alguns, seria considerada uma séria dificuldade a aproximação de direitos considerados diversos, como por exemplo, a

junção da patrimonialidade dos direitos do consumidor com a extrapatrimonialidade dos direitos da personalidade (BERTI, 1997). É o que se percebe do ensinamento de Duque:

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

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

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

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

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

Nesse diapasão, percebe-se que o CDC tutela, pontualmente, a relação de consumo, qual seja, a aquisição de produtos ou serviços pelo consumidor através do fornecedor. Contudo, várias práticas desse mesmo fornecedor poderão ofender direitos

fundamentais do consumidor em uma relação consumerista, de modo que a lei específica, não podendo ser omissa a tal proteção, combate e regulamenta o respeito aos direitos fundamentais do ser humano em uma típica relação de consumo. É o que se percebe a partir da análise da ideologia da Política Nacional de Relações de Consumo:

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

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

No consenso atual da doutrina de que os direitos do consumidor se harmonizam perfeitamente com os direitos fundamentais, especialmente com os direitos personalíssimos, importa discorrer, especificamente, sobre a proteção da honra do consumidor superendividado. De acordo com Tavares (2009, p. 655): “A honra constitui-se do somatório das qualidades que individualizam o cidadão, gerando seu respeito pela sociedade, o bom nome e a identidade pessoal que o diferencia no meio social”. Para Silva (1992, p. 191): “A honra, a imagem, o nome e a identidade pessoal constituem, pois, objeto de um direito, independente, da personalidade”.

Berti, por sua vez, leciona:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **2 A PROTEÇÃO À HONRA DO CONSUMIDOR ENDIVIDADO: ANÁLISE CONFORME O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

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

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

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

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

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

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

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

Por essa razão, os artigos 42 e 71 são considerados, pela doutrina, como mecanismos de defesa da honra do consumidor, sendo o primeiro uma norma garantidora da tutela da honra, ao proibir o fornecedor de expor o consumidor ao ridículo e de submetê-lo a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça. Já o segundo

criminaliza a conduta do fornecedor, configurando fato típico penal a efetiva utilização de meios vexatórios na cobrança de dívidas, independentemente do resultado. Afirma Berti:

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

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

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

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

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

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

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

Diante do exposto e analisado, comprova-se que o CDC é instrumento legal e eficaz na tutela do direito à honra do consumidor em uma relação de consumo, agindo paralelamente na defesa dos direitos da personalidade, em harmonia com a Constituição Federal e o Código Civil. O CDC, então, é considerado, pela doutrina atual, um instrumento de proteção do Estado: “Na condição de instrumento legal concretizador de um dever fundamental estatal de proteção consagrado na Constituição Brasileira” (DUQUE, 2008, p. 186).

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

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

### **3. DAS PRÁTICAS ABUSIVAS DO FORNECEDOR DE CRÉDITO: A TUTELA DA HONRA DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO DIANTE DA OFERTA, DA AQUISIÇÃO E DA COBRANÇA CREDITÍCIA**

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

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

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

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

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

Importa, nesse cenário, dissertar sobre as principais práticas abusivas do fornecedor de crédito, as quais expõem o consumidor ao ridículo ou submetem-o a qualquer forma de constrangimento ou ameaça que macule sua honra. O seu superendividamento e possível inadimplência não podem nunca, sob nenhuma hipótese, ser tratados de maneira vexatória. Cabe ao fornecedor de crédito exercer, de maneira regular, o seu direito legal de cobrança por meio de todas as garantias legal e juridicamente asseguradas a ele, mas não pode cometer abusos.

### 3.1 As principais práticas abusivas do fornecedor de crédito: análise da legislação consumerista e o dano à honra do consumidor superendividado

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

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

Nesse diapasão, o ordenamento jurídico consumerista pátrio acabou por adotar a teoria do abuso do direito quando da regulação das ações e condutas do fornecedor.

Assim, as normas do CDC proíbem o abuso de direito nas práticas utilizadas pelo fornecedor, reprimindo toda e qualquer conduta nesse sentido:

No dizer de Tupinambá, práticas abusivas ‘são práticas comerciais, nas relações de consumo, que ultrapassam a regularidade do exercício de comércio e das relações entre fornecedor e consumidor’ (NASCIMENTO, 2005, p. 38 *apud* ALMEIDA, L., 2005, p. 121).

Assim, qualquer desconformidade com os padrões mercadológicos de boa conduta, em relação ao consumidor, configura-se como prática abusiva (BENJAMIM, 2005 *apud* ALMEIDA, L. 2005).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 3.2 A publicidade e oferta abusivas: possíveis instrumentos vinculatórios do superendividamento e do possível dano à honra do consumidor

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

A publicidade enganosa ou abusiva pode ser instrumento concreto de violação à honra do consumidor, devido ao seu conteúdo, e também pode servir de meio

vinculatório do superendividamento, em razão da facilidade com que oferece o crédito. Tal facilidade leva o consumidor a se endividar de forma onerosa, e isto pode conduzi-lo ao inadimplemento de suas dívidas e posterior dano à sua imagem, através de sua cobrança abusiva.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 3.3 O contrato de crédito: estudo da proteção consumerista à honra do consumidor superendividado

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

Hoje em dia, observa-se que, na aquisição do crédito, ou de qualquer outra mercadoria similar, o contrato oferecido ao consumidor já possui uma elaboração antecipada, com cláusulas pré-ajustadas e interesses defendidos unilateralmente. Constata-se a simples adesão do consumidor aos interesses do fornecedor. É o chamado *contrato de adesão*, que, no ensinamento de Covizzi:

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

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

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

Diante do novo sistema de adesão ao crédito, resultante da facilidade na aquisição creditícia, que desencadeou muitas frustrações nos pagamentos dos débitos,

gerou o superendividamento do consumidor e, por vezes a inadimplência, a lei consumerista despertou para a eminente necessidade de tutela do teor do contrato – combatendo as cláusulas abusivas – e também da capital necessidade de proteção dos direitos da personalidade do consumidor:

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

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

A honra do consumidor deve ser resguardada quando da aquisição do crédito no momento da contratação, visando à eliminação de práticas abusivas que ensejem na depreciação da moral do consumidor, tanto no momento contratual como no pós-contratual. O teor do contrato de crédito não pode ser recheado de cláusulas que enfrentem os direitos personalíssimos, sobretudo a honra do consumidor, que deve, por força constitucional, ser resguardada em qualquer negociação jurídica, especialmente quando se trata de uma relação de consumo onde estão envolvidos um ente vulnerável e outro não.

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

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

O consumidor idoso, vista sua vulnerabilidade exacerbada, é ente exposto às abusividades do fornecedor de crédito e, por assim ser, necessita da pontual atenção do legislador na tutela dos seus direitos patrimoniais e extrapatrimoniais (personalíssimos),

tendo em vista que o idoso é tutelado pelo CDC, de forma específica, no artigo 39 do diploma legal.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Percebe-se que a tutela prevista nos artigos supramencionados é voltada para a defesa dos direitos fundamentais do consumidor, especificamente, de sua honra, mediante a cobrança de uma dívida. Enfatiza-se que a lei não perpetró nenhum exagero na tutela da honra do consumidor. Absolutamente. O CDC foi feliz quando destacou a importância de se proteger os direitos personalíssimos do consumidor perante em relação de consumo. (CUNHA, 2009)

Ademais, a ação de cobrança do credor também não restou prejudicada, visto a lei reprime o abuso do direito de cobrar, e não simplesmente o direito legal da cobrança.

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

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

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

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

Além de o consumidor estar em situação de superendividamento, muitas vezes gerada por práticas abusivas do fornecedor de crédito, encontrar-se momentaneamente em inadimplência, ser alvo da violação de sua honra e integridade moral quando da cobrança abusiva, essa prática, efetuada, sobretudo, no mercado de crédito, viola

também os princípios mercadológicos. Assim, prejudica o mercado, visto que um consumidor que sofre abuso de cobrança, dificilmente retornará para o fornecedor que lhe agrediu.

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

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

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

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

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

A cobrança abusiva de dívidas é aquela preconizada pelo artigo 42 do CDC e tutelada penalmente pelo artigo 71 do mesmo diploma legal, reprimindo a ameaça, coação, constrangimento físico e moral, dentre outras ações defesas por lei. Entretanto, percebe-se, na prática da relação consumerista, que os fornecedores desviaram a inata finalidade dos serviços de proteção ao crédito, com o intuito de cobrar a dívida do consumidor por meio da negatificação de seu nome no cadastro dos inadimplentes, com o

*animus* de constranger moralmente o consumidor, violando sua honra e, com isso, conseguir cobrar sua dívida.

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

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

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

#### **4 OS BANCOS DE DADOS E CADASTROS: O DESVIO DE FINALIDADE DOS SERVIÇOS DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO E SUA CONFIGURAÇÃO COMO INSTRUMENTOS DENEGATÓRIOS DA HONRA DO CONSUMIDOR ENDIVIDADO**

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

Nesse diapasão, não pode existir a colisão de direitos – acima mencionada – na defesa dos interesses dos fornecedores e na cobrança das dívidas dos consumidores. A legislação aboliu qualquer violação dos direitos dos consumidores, preconizando diversos requisitos necessários para a negativação do consumidor em serviços de proteção ao crédito (COSTA, 2006)

A lei consumerista tutela de forma eficaz qualquer abuso por parte do fornecedor quando da negativação do consumidor, protegendo os direitos fundamentais,

especialmente a honra e a integridade moral, diante do cadastro de dados negativos nos serviços de proteção ao crédito.

Entretanto, visualiza-se, diante da mobilidade do fenômeno econômico, o desvio de finalidade dos serviços de proteção ao crédito, que se tornam instrumentos de coação e violação da honra do consumidor quando da cobrança de dívidas. Em outras palavras, o fornecedor de crédito renuncia as formas legais de cobrar seu crédito de maneira digna e opta, ilegalmente, por cobrá-lo utilizando-se dos serviços de proteção ao crédito, constringendo o consumidor, pelo fato de atentar e violar sua honra perante a sociedade. Nas palavras do doutrinador:

Hoje, o banco de dados mantido por esses serviços tem uma inequívoca significação pejorativa e ao invés de cumprir o papel de informar, passou a atuar como espécie de armazenador de dados pessoais conceituamente degenerados. É o que as pessoas nele inscritas levam a pecha de negativadas, inadimplentes, caloteiras, ímprobos, relapsos, etc. (COVIZZI, 2003, p. 41).

Percebe-se que esses serviços têm valido muito mais para fundamentar a cobrança abusiva de dívidas, por meio das informações que neles contêm, do que para a real finalidade para o qual foram criados, quer seja, servir de proteção aos fornecedores contra maus pagadores.(CAVALLAZZI, 2006)

Diante dessa realidade, a depreciação dos direitos personalíssimos ganha um novo “alcoz”: os serviços de proteção ao crédito. Dentre esses serviços, destacam-se as informações contidas no SPC e na SERASA. A doutrina é unânime com respeito ao prejuízo à honra do consumidor, quando a finalidade desses serviços de proteção ao crédito é desviada:

Honra e reputação pessoal estão intrinsecamente ligadas. Assim, quando um consumidor vê-se tolhido na realização de determinado negócio devido à inscrição indevida de seu CPF no Serasa, resta evidenciada a violação à honra daquele consumidor e atingida sua reputação, pois, a inscrição em órgãos de restrição creditícia não pode ser utilizada como meio coativo a saldar eventual débito que seja objeto, por exemplo, de litígio. O elevado número de ações indenizatórias de caráter consumerista demonstra que os fornecedores brasileiros ainda não se adequaram às diretrizes da lei (BOLSON, 2004, p. 148).

Diante do exposto, resta comprovado que os serviços de proteção ao crédito não podem, absolutamente, servir de instrumento de cobrança de dívidas, disponibilizando as informações contidas nos seus bancos de dados e cadastros de consumidores aos

fornecedores, que pretendem utilizá-las para pressionar o consumidor a pagar o débito, ou que simplesmente querem negativá-lo, com o intuito único de cobrar-lhe a dívida através de condutas abusivas.

Nesse sentido, importa ressaltar que os serviços de proteção ao crédito são instrumentos assecuratórios da proteção do fornecedor, contudo, quando a finalidade original desses institutos é desviada, passam a ser meios eficazes da realização de práticas abusivas do fornecedor contra o consumidor. No que diz respeito ao consumidor de crédito, o seu bem mais profundamente atingido, quando da utilização do fornecedor de condutas abusivas, é o direito fundamental e personalíssimo da honra da pessoa humana.

Enfim, diante das minúcias que versam sobre o tema, não se pode afirmar que a tutela dos direitos fundamentais do consumidor diz respeito apenas à defesa subjetiva do cidadão contra o Estado. Absolutamente. O direito do consumidor se constitui como uma das formas de intervenção do Estado na defesa dos interesses e direitos personalíssimos dos consumidores, que, revestidos do manto do consumo, encontram-se em situação de fragilidade na relação consumerista.

Bolson enfatiza:

De outra parte, se a honra é um dos atributos mais caros à pessoa humana, vilipendiar esse atributo com atos que trarão reflexos negativos à vida do consumidor denota um desapego a mais comezinha das regras do mercado (BOLSON, 2004, p. 148).

A regra do mercado que a autora destaca acima é a de que um consumidor que é respeitado retorna ao seu fornecedor e ainda se transforma em meio de publicidade das qualidades do mesmo. Assim, o mercado, a sociedade, o fornecedor, o consumidor, o Estado e a economia ganham com a tutela à honra do consumidor, principalmente se este é respeitado em uma situação delicada de sua vida: o superendividamento.

Nas palavras de Schimdt Neto:

Isto demonstra que mais que um problema jurídico, o endividamento excessivo é uma questão de saúde pública que afeta a vida das pessoas ditas 'falidas', de modo a comprometer sua dignidade enquanto ser humano, pois o fenômeno afeta a auto-estima e a confiança na gestão da vida familiar, provocando quadros de depressão que são causa e consequência da ruína da vida privada do indivíduo superendividado (SCHMIDT NETO, 2009, p. 30).

No decorrer deste artigo, procurou-se analisar a situação da tutela da honra do consumidor superendividado diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito, elevando a preocupação do Direito ao fenômeno social do superendividamento e ao tratamento dado pelos fornecedores de crédito ao consumidor maculado por essa realidade bastante presente na sociedade brasileira, mas ainda omissa no teor dos textos legais.

Enfim, os fatores utilizados desde a concessão do crédito até a fase de sua cobrança são instrumentos importantes na luta pela defesa dos direitos personalíssimos do consumidor, tendo em vista que a honra da pessoa humana é a porta de entrada para a sua dignidade perante o meio social em que convive. Por assim ser, deve o Direito resguardar esse bem em qualquer situação da vida do ser humano, principalmente quando este se vê na figura de um consumidor vulnerável às práticas abusivas cometidas pelos tiranos do mercado.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A proteção jurídica pontual do consumidor se configura como uma das formas de intervenção do Estado na economia, um instrumento eficaz na luta pelo equilíbrio socioeconômico do binômio consumidor-fornecedor. Assim sendo, o Direito do Consumidor emerge no ordenamento jurídico brasileiro como detentor da tutela dos direitos do consumidor, sejam eles patrimoniais ou extrapatrimoniais.

Nesse contexto, o crédito é o produto de maior circulação no mercado, uma vez que a facilidade na sua aquisição e o *status* social por ele fornecido ao consumidor são atrativos para sua contratação, seja em situações de extrema necessidade, ou não. Como consequência do consumo desmedido do crédito, visualiza-se o fenômeno do superendividamento, passando o consumidor a não possuir meios necessários para o pagamento de suas dívidas, ou se os possuem, encontram-se esgotados, e isso leva o devedor a saldar suas dívidas de forma sufocante.

Diante de todo o exposto, conclui-se que o ordenamento jurídico brasileiro não possui legislação específica regulamentadora do crédito nem do superendividamento, devendo-se curvar à necessidade emergente da elaboração de norma legal específica das matérias, visto que a normatização legislativa do crédito e do superendividamento refletem na própria tutela jurídica ao consumidor que se encontra em estado de endividamento excessivo.

Nesse diapasão, observa-se que o bem mais atingido do consumidor, quando da prática de ações abusivas do fornecedor, é a honra, preconizado constitucionalmente como um direito fundamental, personalíssimo e inatingível. O CDC tutela de forma implícita a honra do consumidor e reprime expressamente as condutas abusivas do fornecedor, sendo instrumento eficaz na tutela aos direitos personalíssimos do mesmo. Entretanto, percebe-se, por meio da doutrina e das decisões jurisprudenciais, que a matéria é detentora de profundidade e emergência na defesa dos interesses dos consumidores de crédito que sofrem do mal do superendividamento e que são alvos de constantes violações aos seus direitos fundamentais.

Resta concluir que a proteção jurídica à honra do consumidor superendividado, diante das práticas abusivas do fornecedor de crédito, é alvo da tutela do CDC, e, principalmente, matéria de extrema importância tanto na futura elaboração de norma regulamentadora quanto ao estímulo da busca incessante pela justiça social e econômica.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AFFORNALLI, Maria Cecília Naréssi Munhoz. **Direito à Própria Imagem**. 5. ed. São Paulo: Juruá, 2008.

ALMEIDA, João Batista. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ALMEIDA, Luiz Cláudio Carvalho de. A repetição do indébito em dobro no caso de cobrança indevida de dívida oriunda de relação de consumo como hipótese de aplicação dos *punitivedamages* no direito brasileiro. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.54, p.161-171, abr./jun. 2005.

BERTI, Silma Mendes. O Código de Defesa do Consumidor e a proteção dos Direitos da Personalidade. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.23-24, p.157-163, jul./dez. 1997.

BOLSON, Simone Hegele. Direitos da personalidade do consumidor e a cláusula geral de tutela da dignidade da pessoa humana. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.52, p.131-160, out./dez. 2004.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, Assembléia Nacional Constituinte, 05 de outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/Constituição.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Constituição.htm)>. Acesso em: 01 de maio de 2009.

CASADO, Márcio Mello. Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobreendividamento no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.33, p.130-142, jan./mar. 2000.

CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividamento: referências no Brasil. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

CEZAR, Fernanda Moreira. O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.63, p.131-163, jul./set. 2007.

COSTA, Geraldo de Farias Martins. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

COVIZZI, Carlos Adroaldo Ramos. **Práticas abusivas da Seara e do SPC**. 3 ed. São Paulo: Edipro, 2003.

CUNHA, Belinda Pereira da. **Critério científico para identificar a obrigatoria aplicação do CDC**. São Paulo, 2007. Disponível em: <[http:// www.saraivajru.com.br](http://www.saraivajru.com.br)>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2009.

\_\_\_\_\_. **Dignidade da pessoa humana e proteção ao consumidor: a questão da inserção dos dados dos distribuidores judiciários no cadastro de consumo**. São Paulo, 2007, disponível em <[http:// www.saraivajru.com.br](http://www.saraivajru.com.br)>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2009.

EBERLIN, Fernando Buscher Von Teschenhausen. Responsabilidade dos fornecedores pelos danos decorrentes dos riscos do desenvolvimento: análise sob a ótica dos princípios gerais da atividade econômica. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.64, p.10-42, out/dez, 2007.

\_\_\_\_\_, O concorrente como consumidor equiparado: proteção ao consumidor contra práticas abusivas por meio do diálogo entre o CDC e as normas concorrenciais. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.66, p.09-35, abr/jun, 2008.

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. **Curso de Direito Constitucional**. 34 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

\_\_\_\_\_. **Manual de Direitos do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2007.

GUERRA, Sidney. **Direitos Humanos na ordem jurídica internacional e reflexos na ordem constitucional brasileira**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

MARQUES, Cláudia Lima. Direitos básicos do Consumidor na sociedade pós-moderna de serviços: o aparecimento de um sujeito novo e a realização de seus direitos. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.35, p. 161-196, abr./jun. 2000.

MARTINS, Fernando Rodrigues. Direitos humanos fundamentais e relações jurídicas contratuais. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.58, p. 55-74, abr./jun. 2006.

\_\_\_\_\_, Direitos humanos do devedor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.39, p. 147-157, jul./set. 2001.

MIRAGEM, Bruno. Os direitos da personalidade e os direitos do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.49, p. 40-76, jan./mar. 2004.

PEREIRA, Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

RODRIGUES, Geisa de Assis. A proteção ao consumidor como um direito fundamental. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.58, p. 77-97, abr./jun. 2006.

SCHMITT, Cristiano Heineck. A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.70, p. 139-171, abr./jun. 2009.

SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n.71, p. 09-33, jul./set. 2009.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 24 ed. São Paulo: Malheiros, 2004.

\_\_\_\_\_. **Comentário Contextual à Constituição**. São Paulo: Malheiros, 2007.

TAVARES, André Ramos. **Direito Constitucional Econômico**. São Paulo: Método, 2006.

\_\_\_\_\_. **Curso de Direito Constitucional**. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de. **Responsabilidade do profissional liberal nas relações de consumo**. 2 ed. Curitiba: Juruá, 2007.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de; BRANDÃO, Fernanda Holanda de Vasconcelos. **Direito do Consumidor e Responsabilidade Civil**. Perguntas e respostas. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2008.