

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ  
PEDRO AUGUSTO RIBEIRO COSTA

**PRÁTICAS ABUSIVAS NO TOCANTE AOS EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS**

TAUBATÉ/SP

2023

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ  
PEDRO AUGUSTO RIBEIRO COSTA

**PRÁTICAS ABUSIVAS NO TOCANTE AOS EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS**

Trabalho de Graduação em Direito,  
apresentado ao Departamento de Ciências  
Jurídicas da Universidade de Taubaté, como  
parte dos requisitos para colação de grau e  
obtenção do certificado de Bacharel em  
Direito.

Orientador: Prof. Dr. Jean Soldi Esteves

TAUBATÉ/SP

2023

**Grupo Especial de Tratamento da Informação - GETI  
Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBi  
Universidade de Taubaté - UNITAU**

C838p Costa, Pedro Augusto Ribeiro  
Práticas abusivas no tocante aos empréstimos consignados / Pedro  
Augusto Ribeiro Costa. -- 2023.  
52f.

Monografia (graduação) - Universidade de Taubaté, Departamento  
de Ciências Jurídicas, 2023.  
Orientação: Prof. Dr. Jean Soldi Esteves, Departamento de  
Ciências Jurídicas.

1. Consumidor. 2. Fornecedor. 3. Empréstimo. 4. Prática abusiva.  
I. Universidade de Taubaté. Departamento de Ciências Jurídicas. Curso  
de Direito. II. Título.

CDU - 346.548(81)

PEDRO AUGUSTO RIBEIRO COSTA

**PRÁTICAS ABUSIVAS NO TOCANTE AOS EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS**

Trabalho de Graduação apresentado para  
obtenção do diploma de Bacharel em Direito no  
Departamento de Ciências Jurídicas da  
Universidade de Taubaté.

Área de concentração: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Resultado: \_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. Dr. \_\_\_\_\_ Universidade de Taubaté

Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof. Dr. \_\_\_\_\_ Universidade de Taubaté

Assinatura: \_\_\_\_\_

TAUBATÉ/SP

2023

*Dedico esse trabalho à Deus, que sem ele eu não teria capacidade para me esforçar e desenvolver este trabalho; em seguida, à minha família, que me apoiaram até o último segundo da minha vida, e graças a eles consegui entregar o meu máximo para concluir o meu curso; e por último, agradeço aos meus amigos que também me ajudaram ao longo desta caminhada.*

*“A injustiça num lugar qualquer é uma ameaça à justiça em todo o lugar”*

**- Martin Luther King**

## **RESUMO**

O presente trabalho almeja versar acerca das práticas abusivas envolvendo os empréstimos consignados contra os consumidores mais vulneráveis. Procura retratar a história do direito do consumidor por um breve esboço, a estrutura e aplicabilidade da Lei 8.078/90, também denominado como Código de Defesa do Consumidor, e o seu direito comparado, alguns dos princípios fundamentais e presentes do direito consumerista, o conceito de relação de consumo e seus elementos, o entendimento de prática abusiva, tal como o rol elencado do artigo 39 do CDC, e a elucidação da modalidade de empréstimo consignado, suas práticas abusivas existentes e a pessoa idosa como a parte mais vulnerável da relação jurídica.

**Palavras-chave:** Consumidor; Fornecedor; Empréstimo; Prática abusiva.

## **ABSTRACT**

This present work aims to deal with the abusive practices involving payroll loans against the most vulnerable consumers. It seeks to portray the history of consumer law through a brief outline, the structure and applicability of Law 8.078/90, also known as the Consumer Protection Code and its comparative law, some of the fundamental and present principles of consumer law, the concept of consumer relationship and its elements, the understanding of abusive practices, such as the list listed in article 39 of the CDC, and the elucidation of the payroll loan modality, its existing abusive practices and the elderly person as the most vulnerable part in the legal relationship.

**Keywords:** Consumer; Supplier; Loan; Abusive practice.

(LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS)

CC – Código Civil

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

Febraban – Federação Brasileira dos Bancos

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2 BREVE ESBOÇO HISTÓRICO DA DEFESA DO CONSUMIDOR</b> .....	14
<b>3 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR</b> .....	17
3.1 Estrutura constitucional .....	17
3.2 Aplicabilidade, características e o direito comparado.....	18
<b>4 RELAÇÃO DE CONSUMO</b> .....	21
4.1 Elementos Subjetivos.....	22
4.1.1 Consumidor .....	22
4.1.2 Fornecedor.....	25
4.2 Elementos Objetivos .....	27
4.2.1 Produto .....	27
4.2.2 Serviço.....	29
<b>5 PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR</b> .....	32
5.1 Princípio da Vulnerabilidade.....	32
5.2 Princípio da Intervenção Estatal .....	34
5.3 Princípio da Boa-fé objetiva .....	36
5.4 Princípio da Transparência.....	37
<b>6 PRÁTICAS ABUSIVAS</b> .....	39
6.1 Conceito .....	39
6.2 Rol das práticas abusivas no CDC .....	41
<b>7 EMPRÉSTIMO CONSIGNADO E SEU IMPACTO</b> .....	43
7.1 Práticas Abusivas Existentes.....	45
7.2 Pessoa Idosa como Mais Vulnerável.....	47
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	50
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	52

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o mundo está subdividido em sistemas econômicos, estas que, historicamente, a sua forma de organização tem se diversificado ao longo da história, sendo estes que fazem a economia de cada país funcionar. Existe o socialismo, que prega a coletividade sobre os bens de produção, tendo a presença forte do Estado e uma planificação da economia; e o capitalismo, este adotado pela maioria do mundo, caracterizado por se basear na propriedade privada dos meios de produção, visando a busca pelo lucro e acumulação de riquezas.

Neste cenário, a sociedade contemporânea passou a observar a existência de estruturas bem estabelecidas que incrementam a lógica desse sistema, como a produção em larga escala e o consumo imensurável. Adentro, decorreu a concepção de relação de consumo, uma relação jurídica ligada entre os sujeitos com a intenção de alcançar aquilo que é desejado por um indivíduo, como por exemplo a aquisição de um produto durável ou não, ou a contratação de um serviço respeitável com uma corporação ou fornecedor particular.

No Brasil, com a chegada da Constituição Federal de 1988, nossa Carta Magna atual, como também denominada Constituição Cidadã, passou a determinar a democracia por completo, garantindo direitos ao cidadão, principalmente aqueles considerados fundamentais. Uma delas é a proteção do consumidor, introduzindo, então, a aparição do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor - CDC, que trabalha justamente sobre as diretrizes de proteção, amparo e resguardo de todos os envolvidos em uma relação de consumo, incluindo consumidores e fornecedores diante de inúmeros princípios, e tendo a sua finalidade de regulamentar todas as relações de consumo existentes, indicando valores ideais como também procura a facilitação de processos perante as relações contratuais, esclarecendo a defesa do consumidor contra as práticas abusivas de todos os tipos.

A lei também oferece princípios norteadores, extraídos do Artigo 4º da norma, dos quais servem como uma orientação adequada para uma salvaguarda ao consumidor, a fim de garantir

a preservação dos direitos consumeristas e punir atos abusivos praticados pelos fornecedores, podendo ser citados alguns como: vulnerabilidade no mercado de consumo, boa-fé e equilíbrio nas relações de consumo, garantia de qualidade e segurança dos produtos, informação, entre outros.

Como uma marca da sociedade e forma de negócio jurídico que envolve a vontade consensual entre as partes, originou um instrumento no qual estabelece não só a manifestação da vontade de uma parte, mas também a anuência da outra parte sobre as cláusulas firmadas: contratos. No âmbito consumerista, este objeto abarcou o processo de desenvolvimento econômico existente, bem como a evolução da prática de consumo, trazendo para os cidadãos tanto benefícios quanto prejuízos.

Quando tratamos de contratos consumeristas, existem inúmeros exemplos: aquisição de cartões de crédito, contratações de serviços, dentre outros. São contratações de serviços das quais geram proveitos a ambas as partes (consumidor e fornecedor) e um dos mais comuns que ocorrem são os empréstimos, sejam pessoais ou consignados. Serve como um aspecto de relação financeira em que uma das partes necessita de uma quantia em específico (dinheiro) e solicita ao banco ou qualquer instituição financeira, acordando um prazo determinado para que seja devolvido, podendo, geralmente, ocorrer mediante cobrança de juros.

Os contratos estão sujeitos no CDC, dado que fornecem produtos e serviços aos consumidores, e no caso dos empréstimos também entram nesse quesito. Contudo, ocorrem problemáticas das quais prejudicam a parte mais vulnerável da relação (consumidor), com fatos abusos cometidos pelas financeiras em seu exercício. Algumas questões carecem de solução, a fim de evitar infortúnios, como ofertas arbitrárias, juros excessivos, cláusulas contratuais ilícitas, entre outros. Os empréstimos consignados são os que mais são discutidos em órgãos de proteção ao consumidor, haja vista que atinge grupos alvos que merecem mais atenção que sofrem dissabores quando consumidores, como os idosos por exemplo.

Assim, o objetivo desta presente lide é explorar a importância do assunto quanto as práticas abusivas cometidas pelas instituições financeiras sobre os empréstimos consignados,

uma vez que, embora essa modalidade seja um modelo útil, os consumidores mais desamparados padecem em virtude de atos exorbitantes e autoritários, que afetam o seu lado financeiro.

Ademais, também descreverá sobre o direito do consumidor, sua importância e princípios, além de tratar sobre as práticas abusivas previstas no CDC, bem como uma comparação do seu conceito com o Código Civil, e por fim abordar a fundo sobre os empréstimos consignados e a defesa contra fraudes, a fim de que o consumidor possa se proteger diante de fraudes existentes na relação consumerista, incluindo a contratação de empréstimos e outros serviços.

Este estudo vigente será visado por meio de metodologia aprofundada por pesquisas feitas em bibliografias específicas, como também em artigos, leis, jurisprudências dos tribunais, tendendo a analisar as adversidades enfrentadas pelos consumidores quanto a variante de crédito ofertadas pelas instituições financeiras.

## 2 BREVE ESBOÇO HISTÓRICO DA DEFESA DO CONSUMIDOR

Partindo-se do passado, existiram inúmeras normas que concebiam sobre a ideia da relação consumerista, bem como a proteção do consumidor. Começando no Império Babilônico, onde lançou-se o Código de Hamurabi (2.300 a.C), conjunto de leis elaboradas pelo rei Hamurabi da primeira dinastia babilônica. Esta norma também regulava as relações de consumo declarando com o controle e supervisão de quem estava a cargo do palácio.

Filomeno (2018, p. 19) assevera que esta norma visava a proteção do consumidor, ainda que indiretamente, citando a Lei nº 233 que determinava o arquiteto como responsável pela obrigação de reconstrução das expensas em caso que as casas apresentem deficiência, e a Lei nº 235 onde o construtor de barcos era obrigado a refazê-lo às expensas em caso de trabalho defeituoso, sobre prazo de até 1 ano.

Seguindo a cronologia, Filomeno ainda menciona a época da Índia, pelo Código de Manu:

“Na Índia, no século XIII a.C., o sagrado código de Manu previa multa e punição, além de ressarcimento dos danos, àqueles que adulterassem gêneros – Lei nº 697 – ou entregassem coisa de espécie inferior àquela acertada, ou vendessem bens de igual natureza por preços diferentes – Lei nº 698’’.” (Filomeno, 2018, p. 19)

Na Antiga Roma, também previa o resguardo do consumidor, abordando o tópico da responsabilidade do vendedor:

“No Direito Romano Clássico, o vendedor era responsável pelos vícios da coisa, a não ser que estes fossem por ele ignorados. Porém, no Período Justiniano, a responsabilidade era atribuída ao vendedor, mesmo que desconhecesse do defeito. As ações redibitórias e *quanti minoris* eram instrumentos, que amparadas à Boa-Fé do consumidor, ressarciam este em casos de vícios ocultos na coisa vendida. Se o vendedor tivesse ciência do vício, deveria, então, devolver o que recebeu em dobro.” (Pedron; Caffarete, 2000)

Enquanto na Grécia Antiga, Aristóteles se referia a manobras de especuladores. Um deles é Cícero (século I a.C), escritor e filósofo da República Romana, que ratificou a garantia sobre vícios ocultos na relação de compra e venda, bem como em caso de o vendedor prometer que o produto era dotado de aprazadas qualidades e estas serem inexistentes, chamando a

atenção nas causas que defendia, como formato de remediação da garantia dos bens de consumo.

Décadas depois, na primeira metade do século XVIII (1701-1800), tivemos o fim da Idade Média e a chegada da Idade Contemporânea. No âmbito consumerista, ocorreu inúmeras criações de normas e manifestações que determinaram a reação dos consumidores e, conseqüentemente, a sua proteção.

No ano de 1773, houve o episódio contra o imposto do chá nos EUA, à época colônia da Inglaterra, ocorrido no porto de Boston, como uma forma de protesto contra a Lei do Chá, em especial o comportamento negativo dos consumidores contra as imposições excessivas do produtor inglês, sendo conhecido mundialmente como evento da Festa do Chá de Boston (*The Boston Tea Party*).

Além do mais, para Miriam de Almeida Souza (1996, p. 51), a Revolução Americana (1776) foi contra o sistema mercantilista de comércio britânico colonial da época, onde os consumidores americanos eram obrigados a comprar produtos manufaturados na Inglaterra, por causa de preços estabelecidos na metrópole. Isso foi considerado uma mudança para o cliente.

A partir da segunda metade do século XVIII, obtivemos a vinda da Revolução Industrial, principiado na Inglaterra, sendo um marco do qual foi o decurso de grande desenvolvimento tecnológico, espalhando-se pelo mundo e causando transformações vantajadas, como o surgimento da Indústria e a consolidação do processo da formação do capitalismo, bem como o predomínio da propriedade privada, tornando-se prevacente nessa era da globalização.

Porém segundo Fabrício Bolzan<sup>1</sup>, foi durante a Primeira Revolução Industrial (1780-1860), também descrita como Revolução do Carvão e do Ferro, que houve a ávida relevância pelo consumo de novos produtos e serviços, em que o atendimento da demanda de produtos e matéria-prima passou a ser preocupante, tendo em vista que houve um aumento de produção, isto é, optaram pelo semblante quantitativo em vez de qualitativo (qualidade).

Ainda conforme Bolzan (2023):

“Ademais, a novel sociedade de consumo substituiu a característica da bilateralidade de produção — em que as partes contratantes discutiam cláusulas contratuais e eventual matéria-prima que seria utilizada na confecção de determinado produto — pela unilateralidade da produção — na qual uma das partes, o fornecedor, seria o responsável exclusivo por ditar os caminhos da relação de consumo, sem a participação efetiva, e, em regra, do consumidor (...).” (Bolzan, 2023, p. 20)

No Brasil, a defesa do consumidor surgiu entre as décadas de 40 e 60, onde já se discutia o anteparo ao consumidor no mercado consumerista, em atenção a vulnerabilidade frente às corporações, como por exemplo a Lei Delegada n° 4/1962, onde nela houve a intervenção do Estado no domínio econômico, proporcionando a livre distribuição de produtos essenciais a oferta e procura da população, pelo fato da crescente industrialização decorrente no país.

Conseqüentemente, surgiram os primeiros órgãos de defesa do consumidor, como a Associação de Proteção ao Consumidor de Porto Alegre em 1970, a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor de Curitiba em 1976 e o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, atualmente reputado como Fundação PROCON São Paulo em 1996.

Diante de todo esse esboço histórico, a proteção consumerista foi abordada mundialmente pelo fato que o consumidor é a parte mais fraca da relação, haja vista que há um desequilíbrio no mercado econômico, onde o fornecedor é o litigante superior na relação contratual que, por vezes, se afasta de sua responsabilidade em prol do seu benefício, trazendo prejuízos para aquele que está vulnerável na situação. O propósito de constância ideal entre as partes da relação (consumidor e fornecedor) necessitava ser construído a fim de gerar a segurança para o cliente que irá usufruir do produto ou serviço adquirido. Logo, com a geração das normas jurídicas, o vínculo jurídico de consumo foi estabelecido de forma estável para garantir a harmonia entre as partes numa relação contratual.

---

<sup>1</sup> ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. Direito do consumidor. (Coleção esquematizado®). São Paulo: Editora Saraiva, 2023. p. 19.

### 3 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

#### 3.1 Estrutura constitucional

A nossa Carta Magna de 1988 passou a assegurar a proteção consumerista como um direito fundamental pelo artigo 5º, (XXXII): “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988).

Para mais, o artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), fez inaugurar um novo modelo jurídico entre o sistema constitucional brasileiro: a Lei Federal nº 8.078/90 (Código Brasileiro de Defesa do Consumidor), tornando-se uma lei principiológica. Isto quer dizer que toda e qualquer relação jurídica que possa ser tipificada como consumo é atingida, independentemente se também é regrado em outra norma jurídica infraconstitucional. Declara Miragem (2016):

“No caso do Código de Defesa do Consumidor, tratou-se de uma determinação constitucional, não de uma opção ou conveniência legislativa. Assim, em vista da regra de interpretação pela qual a norma não conhece palavras inúteis, ao determinar a realização de um Código, o artigo 48 estabeleceu regra com significado próprio a ser observado. (...) A Constituição, ao determinar no artigo 48 do ADCT, a realização de um Código de Defesa do Consumidor, estava em verdade determinando a realização do conteúdo eficaz da norma constitucional consagradora do direito fundamental (artigo 5º, XXXII), que tinha seus efeitos integrais condicionados à produção da lei - portanto norma de eficácia limitada.” (Miragem, 2016, p. 67)

No artigo 170 da CF/88 (Brasil, 1990), adentra quanto a ordem econômica que tem por obrigação o asseguramento da existência digna a todos, tendo a defesa do consumidor como um dos seus princípios (inciso V).

Com o advento da nossa Carta Magna, marca a renovação do Direito Privado de um modo mais social, altruísta e alarmado com os cidadãos vulneráveis da nossa sociedade, em razão da defesa consumerista se converter como um princípio geral, isto é, uma ideia basilar e fundamental do Direito, entregando apoio e harmonia respaldados pela justiça, liberdade, igualdade, dentre outros.

Assim sendo, ao incorporarmos os artigos 5º, XXXII, e 170, V, da Constituição Federal entende-se como uma determinação constitucional da qual desencadeou o CDC ao ordenamento jurídico brasileiro, sendo um direito fundamental constituído como cláusula pétrea, isto é, não pode ser reformada nem mesmo via Emenda Constitucional, este um poder constituinte reformador.

O seguinte entendimento da origem constitucional do CDC é bem específico, segundo assevera o jurista português Mário Ferreira Monte (1996, p. 82, apud Filho, 2008, p. 10), ao implementar uma retrospectiva histórica do consumerismo:

“Na verdade, o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor foi o culminar de um movimento, já que, como confessadamente dizem os autores de seu anteprojeto, ele se inspirou em outras leis advindas de outros países [...]. Por outro lado, significa o primeiro passo para a codificação, no resto do mundo, porque, na verdade, foi o primeiro Código a surgir, principalmente se atendermos à sua ambiciosa estrutura, bem como à quantidade de normas que regulamentam todas as matérias atinentes ao consumidor e onde tem lugar mesmo um conjunto de normas sancionatórias, administrativas e penais”

### **3.2 Aplicabilidade, características e o direito comparado**

O CDC, em seu artigo 1º, decreta “normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias” (Brasil, 1990)

A sua aplicação decorre da existência de uma relação de consumo, sendo distinguida como um vínculo jurídico-obrigacional unindo um consumidor e um fornecedor, sendo o fornecimento de um produto ou serviço um objeto dessa relação, conforme explicado anteriormente.

Em seguida, estipula os sujeitos da relação de consumo: consumidor (art. 2º), fornecedor (art. 3º), produto (art. 3º, § 1º) e serviço (art. 3º, § 2º), e logo após o artigo 4º fala sobre a Política Nacional do Consumo, considerado um preceito jurídico sui generis e imutável com o intuito contundente de tutelar os interesses morais e legais dos consumidores.

Ademais, sugere-se para o CDC a ideia de microsistema multidisciplinar, conforme nas palavras de Bolzan (2023):

“O Código de Defesa do Consumidor é considerado um microsistema multidisciplinar porque alberga em seu conteúdo as mais diversas disciplinas jurídicas com o objetivo maior de tutelar o consumidor, que é a parte mais fraca – o vulnerável – da relação jurídica de consumo” (Bolzan, 2023, p. 66/67)

Sérgio Cavalieri Filho (2008) ainda ressalta:

“As relações de consumo, portanto, são o campo de aplicação do Código do Consumidor, qualquer que seja a área do Direito onde ocorrerem. Um campo abrangente, difuso, que permeia todas as áreas do Direito, razão pela qual temos sustentado que o Código criou uma *sobreestrutura jurídica multidisciplinar, normas de sobredireito* aplicáveis em todos os ramos do Direito onde ocorrem relações de consumo. Usando de uma figura, costumamos dizer que o Código fez um corte horizontal em toda a extensão da ordem jurídica, levantou o seu tampão e espargiu a sua disciplina por todas as áreas do Direito – público e privado, contratual e extracontratual, material e processual – onde ocorrem relações de consumo” (Filho, 2008, p. 13)

Nessa esteira, existe a teoria do diálogo das fontes, elaborada na Alemanha primeiramente e trazida no Brasil pela interação da norma consumerista com o Código Civil atual<sup>2</sup>, segundo Tartuce (2023):

“A essência da teoria é de que as normas jurídicas não se excluem – supostamente porque pertencentes a ramos jurídicos distintos –, mas se complementam. No Brasil, a principal incidência da teoria se dá justamente na interação entre o CDC e o CC/2002, em matérias como a responsabilidade civil e o Direito Contratual. Do ponto de vista legal, a tese está baseada no art. 7º do CDC, que adota um modelo aberto de interação legislativa” (Tartuce, 2023, p. 37/38)

O *caput* do artigo 7º do CDC explana claramente o ponto em si:

“Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade” (Brasil, 1990)

Logo, analisando friamente esses pontos, tem-se a concepção de encontrarmos outras normas sobre o CDC, como o Direito Civil (contratos, responsabilidade do fornecedor), Processo Civil (inversão do ônus da prova), Direito Penal (infrações e sanções penais por

violação do código consumerista), Direito Constitucional (dignidade humana), dentre outros presentes.

---

<sup>2</sup> BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, [2002].

## 4 RELAÇÃO DE CONSUMO

Historicamente, a prática de consumir passou a fazer parte do cotidiano da sociedade contemporânea, adotando-o como um hábito comum e presente. Isto ocorre em razão do apego aos bens materiais, estabelecido ao longo de décadas, se fortalecendo e permanecendo vivo atualmente, tornando-se em uma sociedade de consumo, sendo, portanto, uma de suas principais características.

Sob o mesmo olhar, Adam Smith<sup>3</sup> remete em um dos seus tratados, referente aos princípios da economia, que considera o consumo como “o único fim e propósito de toda produção, assim como no sistema mercantilista, o interesse do consumidor é quase que sacrificado pelo do produtor, pelo fato que ele parece não considerar o consumo, mas sim a produção, sendo o seu objeto de comércio e fim”.

Sendo assim, todo consumo possui um desígnio da disposição de uma parte que deseja adquirir um produto ou serviço, enquanto a outra é responsável pela sua feitura, assim como a sua venda para gerar lucro. Então, surge uma relação da qual inclui as partes principais resultantes da continuidade do mercado econômico.

Bolzan (2023, p. 33) destaca a relação jurídica de consumo como “aquela relação firmada entre consumidor e fornecedor, a qual possui como objeto a aquisição de um produto ou a contratação de um serviço.”.

É utilizado como uma forma de “tripé” na qual envolve as partes da relação e a manifestação da vontade da aquisição de um bem ideal. Ademais, Bruno Miragem (2016) aborda amplamente esse conceito:

“(…) são considerados conceitos relacionais e dependentes. Só existirá um consumidor se também existir um fornecedor, bem como um produto ou serviço. Os conceitos em questão não se sustentam por si mesmos, nem podem ser tomados isoladamente. Ao contrário, as definições são dependentes umas das outras, devendo estar presentes para ensejar a aplicação do CDC.” (Miragem, 2016, p. 155-156)

Existem os elementos presentes que englobam nesta relação e proporciona um esboço de como funciona, sendo divididos em objetivos e subjetivos. Os elementos objetivos se destacam o negócio jurídico entre as partes, considerado um instrumento do qual tem a finalidade de concretizar e formalizar esse vínculo, e o objeto mediato: o bem tutelado, seja móvel, imóvel, corpóreo ou incorpóreo. Enquanto os subjetivos são os credores, devedores, além do consensualismo existente entre eles como uma consonância de vontade, a fim que o acordo pactuado aconteça sem vícios e nem prejuízos de igualdade entre os sujeitos.

Pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), é composto por três elementos fundamentais na relação: consumidor, fornecedor e produto ou serviço. São desses elementos que se faz necessário para caracterizar essa relação de consumo, onde a falta de qualquer desses requisitos desvirtua esse vínculo, afastando-a do contexto de aplicação da norma.

Segundo Clarisse Teixeira Paiva (2015):

“São certos elementos essenciais que fazem nascer uma relação de consumo (consumidor / fornecedor e produtos ou serviços), a qual é pressuposto para a aplicação do CDC, independentemente da espécie contratual pactuada pelas partes, como a compra e venda, o seguro, o financiamento, etc.”. (Paiva, 2015)

Por isso, será discorrido brevemente sobre esses elementos, estes considerados responsáveis por celebrar o negócio jurídico incidido nas normas do CDC.

## **4.1 Elementos Subjetivos**

### **4.1.1 Consumidor**

A definição jurídica é prevista pelo artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor<sup>4</sup>: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. (...). Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. ”

Todavia, o CDC não adota uma única ideia de consumidor. Conforme declara Bruno Miragem (2016):

“(…) estabelece o conceito de consumidor padrão, standard, o qual vai ser complementado por outras três definições, a que a doutrina majoritária qualifica como espécies de *consumidores equiparados*, uma vez que, independentemente de se caracterizarem como tal pela realização de um o ato material de consumo, são referidos deste modo para permitir a aplicação da tutela protetiva do CDC em favor da coletividade, das vítimas de um acidente de consumo, ou mesmo de um contratante vulnerável, exposto ao poder e à atuação abusiva do parceiro negocial mais forte.” (Miragem, 2016, p. 156)

Aliás, o consumidor standard (em sentido estrito) possui um desafio súpero para definir a sua concepção, que envolve a sua relação meramente de fato:

“(…) é a interpretação da expressão *destinatário final*. Isto porque em geral vai se considerar o consumidor, para efeito de justificar a proteção legal que recebe, como o leigo, o não profissional que adquire produto ou serviço de um profissional, especialista, que por isso coloca-se em posição mais favorável, caracterizando a vulnerabilidade do consumidor. Ocorre que expressão destinatário final admite distintas interpretações. Por ela podemos identificar em um primeiro momento aquela que implica a utilização do bem, mediante sua destruição, aproximando-se do conceito de bens consumíveis, presente no direito civil. Por outro lado, por destinatário final se pode identificar como sendo o destinatário fático, ou seja, aquele que ao realizar o ato de consumo (adquirir ou utilizar) retira o produto ou serviço do mercado de consumo, usufruindo de modo definitivo sua utilidade. Todavia, ainda se pode considerar como destinatário final quem não apenas retira o produto ou serviço do mercado de consumo, mas que ao fazê-lo exaure também sua vida econômica. Ou seja, não apenas o retira do mercado como também não volta a reempregá-lo, tornando-se por isso o destinatário fático e econômico do produto ou serviço em questão.” (Miragem, 2016, p. 156-157)

A respeito dos consumidores equiparados, o CDC estipula três definições com o intuito de permitir a aplicação das normas de proteção previstas. Estas são identificadas como os indivíduos integrantes de uma coletividade de pessoas (artigo 2º, parágrafo único), tal como vítima de um acidente de consumo (artigo 17) ou sendo destinatário de práticas comerciais, formação e execução contratual (artigo 29).

Mais perante o destinatário final, as teorias finalista e maximalista são as que mais retratam sobre a concepção do destinatário final. Theodoro Júnior (2020) afirma que, para os finalistas:

“o *destinatário final* a que a lei faz referência é aquele que retira o bem do mercado, dando-lhe uma destinação pessoal, sem qualquer interesse profissional. Trata-se de uma conceituação fática e econômica. (...) Não basta, portanto, ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência: é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não

adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu.” (Júnior, 2020, p. 06)

Quanto aos maximalistas, a definição é mais vasta. Por aqui, inclui-se a pessoa jurídica e o profissional, independente que seja a finalidade da retirada do produto ou serviço no mercado consumerista. Bolzan (2023, p. 39) declara que, nessa teoria, “exige apenas a retirada do bem do mercado de consumo para reconhecer a figura do consumidor, ou seja, basta ser o destinatário fático do produto ou do serviço. ”

Theodoro Júnior (2020) ainda expande:

“Já os maximalistas entendem o CDC como um Código geral sobre o consumo, aplicável a “todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores”. Desta forma, ampliam sobremaneira a noção de consumidor, adotando um critério puramente objetivo. (...) Destinatário final, portanto, é conceituado segundo uma análise meramente fática: é quem retira o produto ou o serviço do mercado e o utiliza, o consome, “não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço”. O aspecto econômico, destarte, não é relevante.” (Júnior, 2020, p. 06)

Por outros doutrinadores, o conceito do consumidor passa a ser abordado mais amplamente, com posições distintas de cada análise.

Do ponto de vista de Filomeno (2018, p. 19), psicologicamente, considera o consumidor “um elemento essencial na composição da estruturação da relação jurídica de consumo.”. Ainda, cita o seu lado sociológico: “qualquer indivíduo que frui ou se utiliza de bens e serviços, mas pertencente a uma determinada categoria ou classe social.”. Ademais, declara:

“(…) vem a ser qualquer pessoa física que, isolada ou coletivamente, contrate para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou a locação de bens, bem como a prestação de serviços. Além disso, há que se equiparar a consumidor a coletividade que, potencialmente, esteja sujeita ou propensa à referida contratação. Caso contrário se deixaria à própria sorte, por exemplo, o público-alvo de campanhas publicitárias enganosas ou abusivas, ou então sujeito ao consumo de produtos ou serviços perigosos ou nocivos à sua saúde ou segurança.” (Filomeno, 2018, p. 19)

Enquanto no pensamento de Fábio Konder Comparato (1974 apud Filomeno, 2018), são aqueles “que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos titulares destes”.

#### 4.1.2 Fornecedor

Visto o lado do consumidor, como a parte suscetível de acidentes da relação de consumo, agora discorreremos sobre o outro lado. Vem do verbo fornecer, isto é, providenciar o necessário para determinado fim. Miragem (2016, p. 177), em suas palavras, amplifica o significado etimológico da expressão, que “remonta a noções como a de “prover, abastecer, guarnecer, dar, ministrar, facilitar ou proporcionar.”

O artigo 3º do CDC transmite a sua acepção jurídica, como “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados (...)”. Mais além, Cláudia Lima Marques (2013) exprime:

“O art. 3.º do CDC bem especifica que o sistema de proteção do consumidor considera como fornecedores todos os que participam da cadeia de fornecimento de produtos e da cadeia de fornecimento de serviços (o organizador da cadeia e os demais partícipes do fornecimento direto e indireto, mencionados genericamente como “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de (...) prestação de serviços”), não importando sua relação direta ou indireta, contratual ou extracontratual, com o consumidor.” (Marques; Benjamin; Bessa, 2013, p. 117)

Outras doutrinas focalizam a amplitude do conceito para os que se enquadram no perfil do fornecedor, ora no elenco de pessoas, ora nas atividades compostas. Flávio Tartuce<sup>5</sup> declara que a palavra “fornecedor” está “em sentido amplo, a englobar o *fornecedor de produtos* – em sentido estrito – e o *prestador de serviços*. ”

Em outras palavras, mostra-se aquele que há de criar uma mercadoria e passa a vendê-la, com a meta de obter um lucro. Todavia, não se pode dizer que toda empresa é fornecedora e toda pessoa física é consumidora. É necessário distinguir onde a pessoa está na relação de consumo. Nas palavras de Tartuce (2023):

“Pode ela ser uma pessoa natural ou física, caso, por exemplo, de um empresário individual que desenvolve uma atividade de subsistência. Cite-se a hipótese de uma senhora que fabrica chocolates em sua casa e os vende pelas ruas de uma cidade, com o intuito de lucro direto. Pode ainda ser uma pessoa jurídica, o que acontece na grande maioria das vezes com as empresas que atuam no mercado de consumo. Enuncia o comando em análise que o fornecedor pode ser ainda um ente despersonalizado ou despersonificado, caso da massa falida, de uma sociedade irregular ou de uma sociedade de fato.” (Tartuce, 2023, p. 91)

Ainda, o legislador corrobora no próprio artigo 3º as atividades do fornecedor, sendo aqueles que “desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.” (Brasil, 1990)

O seu conceito também se distende pela sua função, seja ela como profissional ou agente econômico no mercado de consumo. Profissionalmente, não há uma exigência na legislação brasileira que possa tratar sobre essa ideia, dado que não é constituído como elemento presente no mesmo artigo, apesar de ser referido em diversas leis estrangeiras. No entanto, sendo aquele que reproduz atividades de produção, comercialização, dentre outros, permite elucidar uma certa habitualidade da qual o considera como profissional. Miragem (2016) esclarece:

“(…) está vinculada a uma especialidade, um conhecimento especial e presumivelmente abrangente sobre dada atividade que se exerce, e cujas características essenciais são conhecidas, utilizando-se deste conhecimento como meio de vida. Neste sentido, o profissional tem, em relação ao não profissional, uma superioridade em termos de conhecimento daquelas características do produto ou serviço que fornece. É o caso de uma grande empresa com relação à massa de consumidores de seus produtos ou de um pequeno mecânico com relação ao dono de um automóvel que lhe contrata para resolver problema no funcionamento do veículo. Em ambos os casos, o elemento comum que distingue os fornecedores é seu caráter profissional e seus efeitos sobre a relação de consumo- nos casos citados, a vulnerabilidade técnica do consumidor.” (Miragem, 2016, p. 178)

Outrossim, como um agente econômico no mercado de consumo, ocorre a desenvoltura das atividades de troca de produtos e serviços apreciados economicamente, como, por um lado, um ato de obtenção de vantagens econômicas para o fornecedor, e por outro, o bem-estar de necessidades pela aquisição ou utilização de um produto ou serviço (por parte do consumidor). O mercado de consumo é aludido como um espaço não institucional, e sim ideal, em razão de seu caráter independente de estrutura pré-determinada, cabendo o direito organizar e regular esse mercado, com o estabelecimento de fins, limites ou proibições destas.

“Atuar no mercado de consumo, como faz o fornecedor, significa oferecer seus produtos e serviços neste espaço de negócios, colocando-os à disposição dos consumidores. A atuação no mercado de consumo, faz com que muitos serviços que não se considerem oferecidos neste mercado sejam afastados da incidência das normas do CDC, como é o caso do fornecimento de crédito para estudantes por intermédio de programa governamental (crédito educativo), causando a impossibilidade de discussão dos termos do contrato segundo as regras do CDC” (Miragem, 2016, p. 180)

Logo, todo fornecedor preza o lucro da venda dos seus produtos. Porém, quando se trata deste fato, isso não provém de si mesmos, mas sim de indivíduos dos quais “pagam o seu salário”: o consumidor. John Richard Hicks (1972, apud Filomeno 2018) assevera que “quem garante todos os empregos não são os empresários, os sindicalistas ou os governantes, são os consumidores. ”

Doravante, versaremos sobre os elementos objetivos, aqueles que formam a prestação desse vínculo jurídico consumerista.

## **4.2 Elementos Objetivos**

### **4.2.1 Produto**

Conforme o §1º do artigo 3º do CDC, produto é caracterizado como “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”. Rizzatto Nunes (2018) ainda explica:

“Esse conceito de produto é universal nos dias atuais e está estreitamente ligado à ideia do bem, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas. É vantajoso seu uso, pois o conceito passa a valer no meio jurídico e já era usado por todos os demais agentes do mercado (econômico, financeiro, de comunicações etc.).” (Nunes, 2018, p. 96)

Não obstante, o termo em si também foi alvo de críticas doutrinárias opostas, com alguns dizendo que o objeto presente se trata de uma prestação envolvente na relação jurídica consumerista, obrigatória ao fornecedor e uma garantia para o consumidor, independentemente de ser um produto ou serviço. Enquanto outros preferem proferir como bens tutelados, por efeito de possuir um significado mais abrangente.

Pois bem, consoante informado neste tópico, o artigo 3º, §1º, expõe suas particularidades que corroboram na sua definição, podendo o produto ser qualquer bem, móvel ou imóvel, tal como material ou imaterial. Ainda, Bolzan (2023) enuncia:

“A Lei Brasileira, ao englobar na definição de produto, além dos bens móveis, também os imóveis, tornou nítida a intenção do legislador em reconhecer a total viabilidade da aplicação das normas do CDC aos contratos imobiliários, bem como em relação àqueles que de alguma forma estejam ligados a estes como nas hipóteses dos contratos

de empréstimo, financiamento e seguro para a realização deste, quando o consumidor for adquirir a casa própria.” (Bolzan, 2023, p. 60)

O conceito de bem móvel e imóvel é determinado, especificamente, pela norma brasileira civil<sup>6</sup>, sendo o primeiro aquele que pode ser conduzido de um local a outro, sem sofrer danos, podendo ser removidos por força alheia “sem alteração da substância ou da destinação econômico-social.” (Art. 82), enquanto o segundo trata o bem como permanecido em “solo e tudo quanto se lhe incorporar natural ou artificialmente” (Art. 79). Pela esfera consumerista, um exemplo perfeito de bem móvel é a aquisição de automóvel em uma concessionária de veículos, seja ele novo ou usado, na qualidade de conteúdo da relação e com objetivo de uso próprio, e bem imóvel podem-se explicar terrenos, edifícios, entre outros.

Acerca sobre o produto como um bem material ou imaterial, tem um ponto significativo do qual aborda a sua concretude, ou seja, a medida em que o primeiro contém um aspecto mais corpóreo, o segundo se releva como algo intangível, intocável. Um automóvel é uma das amostras de bem material, sendo este concreto e palpável, tornando-se um item adquirível para a sua utilização no dia a dia ao consumidor. Pelo lado do bem imaterial, menciona-se as “atividades bancárias (mútuo, aplicação em renda fixa, caução de títulos etc.)” como produtos que se encaixam nesta definição. (Nunes, 2018, p. 97)

Ademais, Tartuce (2023) também destaca o lazer como bem imaterial, que reúne um aglomerado de situações contemporâneas:

“Não se olvide que o Estatuto de Defesa do Torcedor (Lei 10.671/2003) segue a principiologia consumerista, enunciando o seu art. 40 que “a defesa dos interesses e direitos dos torcedores em juízo observará, no que couber, a mesma disciplina da defesa dos consumidores em juízo de que trata o Título III da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990”. (...) Festas populares, do mesmo modo, estão abrangidas pela Lei 8.078/1990, pela sistemática da questão do lazer. Assim, o caso dos rodeios, festas típicas do interior do País (...). Citem-se, nesse contexto, as festas carnavalescas que são exploradas por profissionais da área, caso das micaretas, que são os carnavais fora de época e que reproduzem o carnaval de Salvador, em que foliões acompanham os trios elétricos, dentro das cordas, e pagando pelos abadás.” (Tartuce, 2023, p. 116)

Quando se fala de produtos duráveis ou não duráveis, previstos no artigo 26 do CDC, envolve da ideia de sua durabilidade, podendo ou não se extinguir com o uso. Conforme o primeiro decorre de um bem que não se extingue com o uso, podendo ser lidado muitas vezes

(ex.: imóvel), o segundo recorre pela extinção imediata, isto é, não tem durabilidade e vai se acabando com o uso, como no caso os remédios, as bebidas etc.

Na prática, nenhum produto é “eterno”, pendendo a ter um fim material e deixando de atender a finalidade da qual se destina, por desgaste ou término de sua funcionalidade. Logo, em que pese o desgaste natural, reporta Rizzatto Nunes (2018):

“Nesses casos de desgaste natural não se pode nem se falará em vício do produto. Não há proteção legal contra o desgaste, a não ser que o próprio fabricante tenha assumido certo prazo de funcionamento (conforme permite o CDC: arts. 30, 31, 37, 50 etc.).” (Nunes, 2018, p. 97)

Apesar disso, a lei consumerista “protege o produto durável, em certo prazo, por vício (arts. 18, 26, II, e 50), para garantir sua finalidade e qualidade.” (Nunes, 2018, p. 97)

#### 4.2.2 Serviço

Ao passo que é visto que o produto se caracteriza como um bem tangível resultado de uma feitura assente de matérias-primas, sendo capaz de ser tateado e consumido, o serviço tem uma ideia diversa.

O CDC definiu o seu conceito legal pelo artigo 3º, §2º: “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária”. Para Filomeno (2018, p. 47), também é entendido como “uma utilidade usufruída pelo consumidor, e prestada por um fornecedor determinado, num *facere* (fazer).” À vista disso, existem vários exemplos, como aqueles prestados por um pintor, electricista, agência de turismo, coletivos de transporte (terrestre, ferroviário, aéreo, marítimo etc.), dentre outros.

A respeito sobre o assunto de remuneração, refere-se a soma total recebido pelo valor trabalhado, e, nesse caso, os serviços são dependentes disso, salvo em casos de relações trabalhistas. Ou seja, um serviço gratuito não é um serviço, em razão de ser uma atribuição

relacionada na relação de consumo, importando o seu fim econômico que se destina, logo, é prestado por remuneração. Miragem (2016, p. 188) aponta:

“Como já resta consagrado na doutrina brasileira, esta remuneração poderá ser considerada, para efeito da caracterização da relação de consumo, como remuneração direta (contraprestação de um contrato de consumo), ou indireta (quando resultar de vantagens econômicas do fornecedor a serem percebidas independentes do contrato de consumo presente)” (Miragem, 2016, p. 188)

Em decorrência disso, aponta-se uma jurisprudência do STJ que alude claramente o significado de serviço como uma atividade prestadora mediante remuneração:

“DIREITO DO CONSUMIDOR E RESPONSABILIDADE CIVIL - RECURSO ESPECIAL - INDENIZAÇÃO - ART. 159 DO CC/16 E ARTS. 6º, VI, E 14, DA LEI Nº 8.078/90 - DEFICIÊNCIA NA FUNDAMENTAÇÃO - SÚMULA 284/STF – PROVEDOR DA INTERNET – DIVULGAÇÃO DE MATÉRIA NÃO AUTORIZADA 36 RESPONSABILIDADE DA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇO - RELAÇÃO DE CONSUMO - REMUNERAÇÃO INDIRETA - DANOS MORAIS - QUANTUM RAZOÁVEL VALOR MANTIDO. [...] 2 - Inexiste violação ao art. 3º, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor, porquanto, para a caracterização da relação de consumo, o serviço pode ser prestado pelo fornecedor mediante remuneração obtida de forma indireta.” (STJ, REsp. 566468/RJ, Rel. Min. Jorge Scartezini, DJ 17/12/2004)

Quando envolve as atividades de natureza financeira, bancária, securitária e de crédito, os docentes acreditaram que o legislador foi cauteloso ao inclui-las na relação. Isso ocorreu pois passou a ser prevalecido em doutrinas e jurisprudências de tribunais superiores (STJ, STF), das quais incidiram o CDC a esses serviços em virtude dessas atividades. Nesse sentido, Rizzato Nunes (2018) faz uma clarificação por fato de antecederem o advérbio “inclusive”, aduzindo:

“Tal designação não significa que existia alguma dúvida a respeito da natureza dos serviços desse tipo. Antes demonstra que o legislador foi precavido, em especial, no caso, preocupado com que os bancos, financeiras e empresas de seguro conseguissem, de alguma forma, escapar do âmbito de aplicação do CDC. Ninguém duvida que esse setor da economia presta serviços ao consumidor e que a natureza dessa prestação se estabelece tipicamente numa relação de consumo. Foi um reforço acautelatório do legislador, que, aliás, demonstrou-se depois, era mesmo necessário.” (Nunes, 2018, p. 99)

Então, apesar de sujeitos do setor de economia, pode-se dizer que os serviços bancários, financeiros e de crédito também se estabelecem como uma prática de consumo, tendo em vista a existência de contratos das quais geram o pacto entre consumidor e fornecedor, bem como a legislação consumerista é aplicável aos contratos desses setores. Por efeito, observa-se decisão do STJ abaixo:

“RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL E DIREITO DO CONSUMIDOR. CONTRATO DE CADERNETA DE POUPANÇA. DEFESA DOS INTERESSES OU DIREITOS INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS. DISPENSA DE PRÉ-CONSTITUIÇÃO PELO MENOS HÁ UM ANO. IMPOSSIBILIDADE DA AÇÃO COLETIVA SUPERADA. LITISCONSÓRCIO ATIVO. ADMISSÃO. - O Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/1990) é aplicável aos contratos firmados entre as instituições financeiras e seus clientes referentes à caderneta de poupança. [...]” (STJ, REsp. 57974/RS, Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar, DJ 25/04/1995)

Abordamos sobre relação de consumo, seu conceito, como também os seus elementos presentes (consumidor, fornecedor, produto, serviço). Agora, trataremos sobre o direito do consumidor em si e seus princípios.

---

<sup>3</sup> Apud METZEN, Edward J. Consumerism in the evolving future, artigo publicado na obra coletiva The future of consumerism, coordenada por Paul N. Bloom e Ruty Belk Smith. Massachusetts: Lexington Books, 1986, com tradução livre do autor.

<sup>4</sup> BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República [1990].

<sup>5</sup> TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual. Volume Único. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2023. p. 91.

<sup>6</sup> BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, [2002]. Art. 82.

## 5 PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Conceitualmente, o princípio possui diversos sentidos. Amplamente, se caracteriza como a base da norma, um dispositivo principal que propaga diante de regulamentos distintos com o papel de nortear o ordenamento jurídico. Estritamente, são fundamentos que sustentam o direito de cada indivíduo ou grupo.

Em vista do Código de Defesa do Consumidor (CDC) ser uma lei principiológica, uma série de princípios aptos de checar os direitos para o consumidor e impor obrigações para o fornecedor é definida, a fim de adequar a proteção para a parte mais vulnerável da relação. Miragem (2016) elucida minuciosamente:

“Neste sentido, o direito do consumidor é dotado de uma base principiológica de alta importância para a interpretação, compreensão e aplicação de suas normas. De modo geral os princípios do direito do consumidor encontram-se expressos no Código de Defesa do Consumidor. Nada impede, contudo, o reconhecimento de princípios implícitos, que sejam retirados do contexto normativo da própria lei, ou da diretriz de proteção do consumidor vulnerável, a qual constitui o fundamento teleológico de todo o microsistema.” (Miragem, 2016, p. 127)

O artigo 4º do CDC discorre quanto a Política Nacional das Relações de Consumo, constatando princípios e diretrizes das quais nortearão o sistema consumerista, além de acrescentar ferramentas esperadas para a sua efetivação. Em seu *caput*:

“A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (...)” (Brasil, 1990)

Abaixo, será discutido sobre alguns dos princípios relevantes do direito consumerista.

### 5.1 Princípio da Vulnerabilidade

O consumidor é marcado como a parte mais vulnerabilizada da relação de consumo. Essa fragilidade justificou a formulação de uma norma para que essa parte seja protegida nas

relações contra os fornecedores. Logo, o inciso I do artigo 4º da Lei 8.078/90 aponta o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.” (Brasil, 1990)

Pode ser identificada por inúmeros tipos, sejam elas técnica, jurídica/científica, fática ou informacional. Bolzan (2023) explica cada uma delas:

“A vulnerabilidade técnica consiste na fragilidade do consumidor no tocante à ausência de conhecimentos técnicos sobre o produto ou o serviço adquirido/contratado no mercado de consumo. (...) Já a vulnerabilidade jurídica ou científica envolve a debilidade do consumidor em relação à falta do conhecimento sobre a matéria jurídica ou a respeito de outros ramos científicos como da economia ou da contabilidade. (...) Em relação à vulnerabilidade fática ou socioeconômica, deparamo-nos geralmente com a fragilidade do consumidor no aspecto econômico. Entretanto, seria esta uma “espécie ampla, que abrange, genericamente, diversas situações concretas de reconhecimento da debilidade do consumidor. A mais comum, neste caso, é a vulnerabilidade econômica do consumidor em relação ao fornecedor” (...) para alguns autores, existe ainda mais um tipo de vulnerabilidade, a informacional. Referem--se basicamente à importância das informações a respeito dos bens de consumo e sobre sua influência cada vez maior no poder de persuadir o consumidor no momento de escolher o que comprar ou contratar no mercado consumidor.” (Bolzan, 2023, p. 126)

Todavia, embora a vulnerabilidade é algo que discorre sobre a fragilidade econômica do consumidor perante o fornecedor, muitos confundem por ser um sinônimo de hipossuficiência. Pois bem, Miragem (2016) aponta a sua distinção:

“Neste sentido, é necessário distinguir entre vulnerabilidade e hipossuficiência, ambas expressões presentes no CDC. No caso da hipossuficiência, presente no artigo 6º, VIII, do CDC, a noção aparece como critério de avaliação judicial para a decisão sobre a possibilidade ou não de inversão do ônus da prova em favor do consumidor. (...) Ou seja, nem todo o consumidor será hipossuficiente, devendo esta condição ser identificada pelo juiz no caso concreto. (...) A noção de vulnerabilidade no direito associa-se à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica em razão de determinadas condições ou qualidades que lhe são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação jurídica. Neste sentido, há possibilidade de sua identificação ou determinação *a priori*, *in abstracto*, ou ao contrário, sua verificação a posteriori, *in concreto*, dependendo, neste último caso, da demonstração da situação de vulnerabilidade.” (Miragem, 2016, p. 128)

Nessa esteira, à beira do ramo de consumo, a vulnerabilidade mostra-se mais abundante quando tratamos em razão da questão de escolha, defronte do monopólio do fornecedor, provedor incumbido na fabricação de produtos e realização de serviços, onde o consumidor está à mercê do objeto a ser fornecido. De acordo com Nunes (2018, p. 122): “O consumidor só

pode optar por aquilo que existe e foi oferecido no mercado. E essa oferta foi decidida unilateralmente pelo fornecedor, visando seus interesses empresariais, que são, por evidente, os da obtenção de lucro”.

O CDC protege todos os tipos de consumidores, desde da criança e adolescente até os idosos e analfabetos. Entre os menores, estão resguardados pelo artigo 227 da nossa Carta Constitucional e artigo 4º da Lei 8.069/1990 (ECA), diante do princípio da absoluta prioridade do interesse da criança, que trata sobre a dignidade da criança e do adolescente e seus direitos fundamentais:

“Cada vez mais cedo, crianças e adolescentes se veem como parte integrantes da sociedade de consumo, tendo, inclusive, um nicho de mercado segmentado de produtos e serviços especializados para cada faixa etária. Por essa razão encontramos produtos (ex: bonecas, carrinhos, brinquedos e congêneres) e serviços (ex: jogos *on-line*, plataformas de entretenimento, *streamings*) voltados para crianças e adolescentes. Para disseminação de tais produtos, os profissionais de publicidade desenvolveram métodos de persuasão e captação de clientela cada vez mais eficazes, garantindo, assim, público comprador fiel de suas mercadorias. (...) Dentre as razões fundantes desta especial proteção dada a crianças e adolescentes, está a falta de maturidade e de discernimento para decidir acerca de atos do dia a dia. Essa é a razão pela qual a própria Constituição Federal, em seu artigo 226, determinou que a é dever comum do Estado, família e sociedade, o zelo pelo melhor interesse dos menores” (Capez, 2023)

Já os sêniores estão preservados pela Lei 10.741/2003 – Estatuto do Idoso, que no seu artigo 1º minucia os idosos como pessoas com idade igual ou superior a 60 anos, e, assim como as crianças e adolescentes, possuem proteção constitucional pelo artigo 230 da CF/88, observando-se o princípio da proteção integral da pessoa idosa.

## **5.2 Princípio da Intervenção Estatal**

O Estado se caracteriza como um governo de um povo em território estabelecido, entrando no ponto de ser autoritário ou democrático. Como instituição, sua função é de organizar e governar uma nação de forma soberana. Economicamente, pode atuar de forma direta (como agente econômico ou estado empresário) ou indireta (como agente regulador ou estado executor).

Mediante isso, perante o direito do consumidor, apresenta-se o princípio da intervenção estatal classificado no artigo 4º, inciso II, do CDC: “ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor” (Brasil, 1990).

Ainda dentro do artigo, existem os seus incisos, os quais apresentam as ações do Estado, seja pela iniciativa direta, incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas, sua presença no mercado consumerista e a garantia dos produtos e serviços com os padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

Ou seja, esse princípio determina que o Estado é o responsável para intervir no mercado consumerista tendo o objetivo de proteger a parte mais fraca da relação jurídica, ainda com papéis subdivididos (Estado-Legislator, Estado-Administrador e Estado-Julgador). Bolzan (2023) retrata:

“Assim, o princípio da intervenção do Estado resulta do reconhecimento da necessidade da atuação do Estado na defesa do consumidor. A Constituição brasileira, ao consagrar o direito do consumidor como direito fundamental, o faz impondo ao Estado o dever de defesa deste direito” (Bolzan, 2023, p. 354)

Essa efetividade tutelar do Estado é obtida por inúmeras formas: por **iniciativa direta** (como o caso dos PROCONs pelo Brasil), **por meio de incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas** (IDEC, BRASILCON, dentre outros), **por presença no mercado de consumo** (ANATEL – para operadoras de celular, ANEEL – para energia elétrica, etc.), **por garantia de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho de produtos e serviços** (INMETRO, CONMETRO), entre outros presentes.

Outrossim, o artigo 5º prevê instrumentos para que o Estado possa realizar o cumprimento dos seus objetivos:

“Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:  
**I** - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;  
**II** - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;  
**III** - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

**IV** - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

**V** - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

**VI** - instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa natural; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

**VII** - instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)” (Brasil, 1990)

### 5.3 Princípio da Boa-fé objetiva

A expressão boa-fé tem um significado cativo, discorrido como uma convicção de agir ou se portar com lealdade e justiça com relação a algo ou alguém, a determinados valores, princípios, etc.

Em linhas gerais, trata-se de uma pureza de genuinidade e intenções e certifica-se que a origem desse sintagma é classificada desde os primórdios do tempo romano, onde já se deslumbrava dualidade nítida de conceitos, pela caracterização em latim “*bona fide*”. Ou seja, no direito, simboliza lealdade, comprometimento, garantia.

Esse termo já era utilizado a anos em nossa ordem jurídica, sendo constatado no Código Comercial de 1850, em seu artigo 131, e também no Código Civil de 1916. Pelo lado cível, a boa-fé era caracterizada em sentido subjetivo, como um estado psicológico de ignorância de vícios.

O seu ingresso formal no ordenamento positivo foi ano de 1990, graças ao Código de Defesa do Consumidor – CDC. Nas palavras de Sergio Cavalieri Filho (2008):

“Com o advento do Código de Defesa do Consumidor, o termo boa-fé passou a ser utilizado com uma nova e moderna significação, para indicar valores éticos que estão à base da sociedade organizada e desempenham função de sistematização da ordem jurídica. É a chamada **boa-fé objetiva** que, desvinculada das intenções íntimas do sujeito, indica o comportamento objetivamente adequado aos padrões de ética, lealdade, honestidade e colaboração exigíveis nas relações de consumo” (Cavalieri, 2008, p. 31)

Nesse sentido, quando falamos sobre esse termo, o CDC (Lei 8.078/90) impõe, de fato, esse princípio. As palavras do inciso III do artigo 4º são nítidas ao abordar sobre:

“harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), **sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores**” (Brasil, 1990)

Ademais, o artigo 51, inciso IV, também é explícito: “estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade” (Brasil, 1990).

A boa-fé objetiva, no ramo consumerista, exige o máximo de respeito, lealdade e cooperação entre as partes nos contratos de consumo. Aquele que atua com má-fé nas relações precisa ser penalizado, mediante sanções e, inclusive, pelo entendimento a *contrario sensu*, isto é, em sentido inverso ao exigido.

Logo, de acordo com Tartuce (2023, p. 53), vem a ideia do equilíbrio negocial que, “na ótica do Direito do Consumidor, deve ser mantido em todos os momentos pelos quais passa o negócio jurídico”.

#### **5.4 Princípio da Transparência**

Na língua portuguesa, ser uma persona transparente significa não esconder nada para si, ou seja, compartilha todas as informações essenciais com as pessoas de sua vida. Com isso, a transparência é uma qualidade ou condição do que é ser transparente.

No direito também não é diferente. Ela é um princípio basilar da concepção de democracia, apregoada historicamente na modernidade como um meio de superar todos os obstáculos forçados pelo Estado absolutista (Grécia clássica). Ou seja, torna-se como um dever do Estado de apresenta-la e um direito de todo o cidadão.

Na defesa do consumidor, Cláudia Lima Marques<sup>7</sup> (2002) traz o significado perfeitamente:

“Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo” (apud Thomazini, 2006)

Daí concebe-se o princípio da transparência, onde todas as relações consumeristas devem prezar pela transparência, impondo às partes o dever de lealdade recíproca antes, durante e depois da negociação. E toda questão de transparência precisa de um parecer a ser prestada. Então, passa a existir a tutela da informação.

Tartuce (2023, p. 55) alude que a informação, “no âmbito jurídico, tem dupla face: o dever de informar e o direito de ser informado, sendo o primeiro relacionado com quem oferece o seu produto ou serviço ao mercado, e o segundo, com o consumidor vulnerável”.

Com isso, o artigo 6º, III, da norma consumerista, esta que arrazoa claramente sobre os direitos básicos do consumidor, clarifica perfeitamente a ideia de informação:

“São direitos básicos do consumidor:

**III** - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;” (Brasil, 1990)

À vista disso, pegando o raciocínio das ideias abarcadas acima, pode-se entender esse princípio como uma inovação no sistema jurídico brasileiro, pois é vital a demonstração de clareza na negociação de produtos e serviços entre as partes da relação. Ademais, integra-se como os princípios existentes, como a boa-fé, para uma satisfação excelente para o consumidor.

---

<sup>7</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. O novo regime das relações contratuais. 4.ª ed. Rev. Atual. E amp. São Paulo: RT, 2002. P. 594-595.

## 6 PRÁTICAS ABUSIVAS

Tratando sobre o regimento do princípio da boa-fé na relação de consumo, as incumbências da honestidade, lealdade e solidariedade entre os sujeitos – consumidor e fornecedor – não podem olvidadas.

O CDC busca um equilíbrio acerca das partes – que são desiguais entre si –, precisando ser punido aquele que realiza um ato que venha a ser considerada abusiva ou ilícita ao consumidor, este que será prejudicado. Assim, passa a explanação de uma prática abusiva.

A compreensão de prática abusiva precisa ser interpretada ante a abordagem da questão do abuso de direito.

Um titular de um direito subjetivo, qualquer que seja, no seu exercício, pode se utilizar e abusar dele. Isso acontecia, pois, a prática real dos exercícios demonstrava que não havia ato ilícito, em alguns casos, porém era o próprio exercício que se qualificava como um ato abusivo. Com isso, o legislador levou isso em consideração e passou a tipificar certas ações como aquelas que podem ser classificadas como abusivas.

Nessa esteira, será discorrido o seu conceito e amplificação do seu rol talhado no artigo 39 da norma consumerista.

### 6.1 Conceito

A expressão abuso do direito (e não abuso “de” direito) é preponderada preponderou, sendo aceita pela doutrina e jurisprudência. Rizzatto Nunes (2018) define-a perfeitamente:

“Pode-se definir o abuso do direito como o resultado do excesso de exercício de um direito, capaz de causar dano a outrem. Ou, em outras palavras, o abuso do direito se caracteriza pelo uso irregular e desviante do direito em seu exercício, por parte do titular. Assim, por exemplo, abusa do direito o patrão que ameaça mandar embora o empregado sem justa causa caso ele não se comporte de certa forma” (Nunes, 2018, p. 595)

Ademais, a norma civilista<sup>8</sup> também encapa o significado da expressão: “*Também comete o ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes*” (Brasil, 2002)

Nesse sentido, por ter inúmeras interpretações no ramo do direito, inclui-se a concepção de práticas abusivas. Sérgio Cavalieri Filho (2008) estabelece:

“Práticas abusivas são ações ou condutas do fornecedor em desconformidade com os padrões de boa conduta nas relações de consumo. São práticas que, no exercício da atividade empresarial, excedem os limites dos bons costumes comerciais e, principalmente, da boa-fé, pelo que caracterizam o abuso do direito, considerado ilícito pelo art. 187 do Código Civil. Por isso são proibidas” (Filho, 2008, p. 149)

Nessa esteira, elas são interpretadas como **condutas que se caracterizam como ilícitas, independentemente de encontrar um consumidor que se sinta lesado ou foi lesado, isto é, são ações - geralmente feitas pelas empresas - das quais violam os direitos dos clientes, colocando-os em desvantagem.**

Um exemplo clássico é a inclusão de empréstimos consignados realizadas pelos bancos ou financeiras no cadastro do INSS dos aposentados, sem a anuência destes - assunto que iremos abordar mais à frente.

Em *lato sensu*<sup>9</sup>, a prática abusiva também pode concretizar como uma desconformidade com os padrões mercadológicos de boa conduta em relação ao consumidor, parte mais vulnerável da relação, do qual se comportam como gêneros enquanto a publicidade e as cláusulas são tratadas como espécie.

Com essas atividades feitas pelo fornecedor – principalmente –, também ocorre a ilicitude contratual da relação jurídica de consumo, ocasionando em um dano para o consumidor, podendo os comportamentos se ratificar em momentos pretéritos à celebração do contrato, durante e após a conclusão do vínculo, além da violação da boa-fé objetiva e seus deveres.

## 6.2 Rol das práticas abusivas no CDC

Especificamente, as práticas abusivas estão talhadas no CDC em três artigos (39, 40 e 41). Todavia, apenas no artigo 39 que estão elencadas de forma *numerus apertus*, isto é, por um rol exemplificativo.

O seu *caput* enuncia o seguinte: “*É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas*” (Brasil, 1990)

Benjamin (2018, p. 376), ao elaborar o anteprojeto do código consumerista, preconiza sobre o artigo em questão:

“Não poderia o legislador, de fato, listar, à exaustão, as práticas abusivas. O mercado de consumo é de extremada velocidade e as mutações ocorrem da noite para o dia. Por isso mesmo é que buscamos, no seio da comissão, deixar bem claro que a lista do art. 39 é meramente exemplificativa, uma simples orientação ao intérprete” (apud Bolzan, 2023, p. 832)

O dispositivo pauta de sua compreensão mediante a teoria do diálogo das fontes ante as normas da própria Lei 8.078/90. O conteúdo do artigo 187 do CC/2002 se torna um parâmetro para a esfera consumerista, pois contém uma clara intuição de proibição em caso de ferimento a esses preceitos devidamente prescritos, culminando em uma responsabilidade objetiva do fornecedor.

Além disso, também entramos no ponto do diálogo sistemático da complementariedade, que está entre a teoria do diálogo das fontes. Um exemplo é o elo com o artigo 51 do mesmo código, o qual trata sobre as cláusulas contratuais abusivas. Caso uma das situações expostas pelo item decorrer fora do âmbito contratual, uma prática abusiva estará presente, a mesma coisa quando o contrário – se uma das hipóteses descritas no artigo 39 consistir em conteúdo contratual, podendo gerar uma cláusula abusiva (Tartuce, 2023, p. 358)

Quantos aos incisos do artigo 39, estão as proibições dos atos demasiados. Entre eles, encontramos a venda casada (inciso I), a recusa de atendimento às demandas dos consumidores

por parte dos fornecedores (inciso II), o envio de produto ou fornecimento de serviço sem solicitação prévia (inciso III), o aproveitamento da condição ou ignorância do consumidor para venda do produto ou serviço (inciso IV), a lesão objetiva e onerosidade excessiva ao consumidor (inciso V), a execução de serviços sem prévia elaboração de orçamento ou autorização expressa do consumidor (inciso VI), o repasse de informação depreciativa referente ao ato consumidor, isto é, listas negras de consumidores (inciso VII), a inserção de qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos competentes no mercado de consumo (inciso VIII), a recusa de venda de bens ou prestação de serviços, a quem se disponha a adquiri-los mediante pagamento pronto (inciso IX), a elevação de preços sem justa causa (inciso X), a aplicação de fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido (inciso XI), deixar de estipular prazo para cumprimento de sua obrigação (inciso XII) e a permissão de ingresso em estabelecimentos comerciais de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa (inciso XIII).

---

<sup>8</sup> BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, [2002]. Art. 187.

<sup>9</sup> BENJAMIN, Antônio; MARQUES, Cláudia; BESSA, Leonardo. IX. Práticas Abusivas In: BENJAMIN, Antônio; MARQUES, Cláudia; BESSA, Leonardo. Manual do Direito do Consumidor. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2021.

## 7 EMPRÉSTIMO CONSIGNADO E SEU IMPACTO

Na atual conjuntura, o brasileiro enfrenta diversas situações em meio ao capitalismo, uma atividade mercantil que facilita a circulação de riquezas e visa sempre o lucro. Em um mundo onde quase tudo pode ser comprado e vendido, existem inúmeros contratos de consumo, fornecidos pelos provedores de produtos ou prestadores de serviços, onde é celebrado com o intuito de atendimento ao destinatário final da relação consumerista – o consumidor.

Desde o aumento dos preços das mercadorias, até o desemprego, vai gerando necessidades para a obtenção de um montante. Pela teoria do *homo economicus*, o cidadão passa a carecer por aquilo que traz o melhor custo-benefício nas suas decisões econômicas.

Pois bem, ante essas ocasiões, entra aqueles contratos fornecidos pelas instituições bancárias e financeiras se encontram em maior repercussão na prática, desempenhando uma função crucial a fim de acolher os anseios da sociedade, como um vínculo corrente de negócios, pois serve como uma proximidade com o freguês.

“A rigor, a partir de um contrato-base (em geral a conta corrente bancária), originam-se no tempo, de acordo com as necessidades do cliente-consumidor, série de outros contratos, de mútuo, **abertura de crédito**, cartões de crédito, cuja duração coincide em parte com a conta-corrente, estabelecendo um plexo de obrigações que se sucedem, extinguem-se e voltam a nascer a partir e novos contratos, de modo que se caracterize a relação entre o consumidor e a instituição financeira como contratos de longa duração. Isso dá à contratação bancária um caráter de permanência, o que, todavia, não elimina a possibilidade de modificações mediante usos e costumes desenvolvidos no curso do contrato” (Miragem, 2016, p. 391)

A abertura de crédito é uma das contratações mais requisitadas pela população, em vista que têm sido um meio alternativo para o saneamento das premências e dos ônus decorrentes de várias relações obrigacionais. Posto isso, passam a encontrar modalidades, como empréstimos e financiamentos, por mediação de contratos, para conseguir acesso e, inclusive, meios de pagamentos.

O empréstimo consignado se encontra entre elas, como uma variante de crédito destinada a trabalhadores da rede pública (servidores públicos municipais, estaduais e federais) e privada, bem como para militares das Forças Armadas e beneficiários do INSS (aposentados

e pensionistas). Ela se difere com o empréstimo comum, este também conhecido como pessoal, que é fornecido para qualquer pessoa física.

Ele vem sendo um alvo fácil para os consumidores, inclusive os idosos, que são convencidos espontaneamente. Isso ocorre pelo fato que essa modalidade traz uma segurança financeira, diante de tempos difíceis, oferecendo condições mais vantajosas que as outras, uma vez que o desconto é gerado diretamente de holerite, contracheque ou, até mesmo, no benefício do INSS.

Durante o governo de Luís Inácio Lula da Silva, presidente na época entre 2003 e 2006, foi alicerçada a Lei nº 10.820, de 17 de dezembro de 2003, em que de acordo com o seu preâmbulo, é expresso o seguinte: “*Dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências*” (Brasil, 2003)

Na realidade, essa norma trouxe a possibilidade de avultar a modalidade do empréstimo consignado, preteritamente oferecido aos servidores públicos (artigo 45 da Lei 8.112/90). Com a sua chegada, passou a incluir os empregados regidos pela CLT e os beneficiários do INSS.

O *caput* do artigo 6º da referida lei é bem claro (beneficiários do INSS):

“Os titulares de benefícios de aposentadoria e pensão do Regime Geral de Previdência Social e do benefício de prestação continuada de que trata o art. 20 da Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993, poderão autorizar que o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) proceda aos descontos referidos no art. 1º desta Lei e, de forma irrevogável e irretirável, que a instituição financeira na qual recebam os seus benefícios retenha, para fins de amortização, valores referentes ao pagamento mensal de empréstimos, financiamentos, cartões de crédito e operações de arrendamento mercantil por ela concedidos, quando previstos em contrato, na forma estabelecida em regulamento, observadas as normas editadas pelo INSS e ouvido o Conselho Nacional de Previdência Social” (Brasil, 2003)

Com essa expansão do crédito no cenário econômico brasileiro, sendo de maior incentivo por parte do governo do PT, essa modalidade passou a receber incentivo para se estabelecer como uma categoria particular de política pública, se tornando, também, em uma política econômica para privilegiar o capital.

“O empréstimo consignado para aposentados e pensionistas do INSS e para os servidores públicos a partir de 2004 foi um dos grandes impulsionadores da expansão do crédito para os trabalhadores no Brasil. Essa modalidade de crédito ampliou o mercado de empréstimo além de fomentar a abertura de outros tipos de aquisição de crédito” (Moura; Oliveira; Silva, 2018)

Apesar disso, essa modalidade vem sendo um problema causando inúmeros impactos na vida dos consumidores frágeis, como os aposentados e pensionistas, se levando a incidência da vulnerabilidade no caso concreto.

### **7.1 Práticas Abusivas Existentes**

Embora seja uma modalidade que gera algumas vantagens financeiras, como os juros pré-fixados e uma análise mais célere, infelizmente os abusos com os consumidores estão sendo cada vez mais frequentes, tornando-se comum, desde a taxa de juros exorbitante, desrespeito à margem consignável, até o assédio de bancos e financeiras.

O assédio das financeiras com o oferecimento de crédito consignado “já aprovado” vem incomodando muita gente, que as medidas adotadas pelo INSS e Febraban para coibir os contatos não estão gerando muito efeito, com pessoas recebendo mais de 30 ligações e mensagens por dia, além de vários estarem obtendo quantias gigantes que chegam em uma estimativa de até R\$ 50 mil (Estadão, 2022).

Ademais, outro ponto que os consumidores reclamam é quanto a taxa de juros considerada abusiva, por serem genéricas ao inseridas na cobrança de valores das parcelas do empréstimo. A lei do empréstimo consignado apontava o importe de 2,08% ao mês como teto-limite da cobrança de juros, porém o CNPS, em março de 2023, conseguiu reduzir para 1,97% mensal para beneficiários do INSS, conforme explícito no artigo 1º da Resolução nº 1.351/23:

“Recomendar que o Instituto Nacional do Seguro Social - INSS fixe o teto máximo de juros ao mês, para as operações de empréstimo consignado em benefício previdenciário, em um inteiro e noventa e sete centésimos por cento (1,97%) e, para as operações realizadas por meio de cartão de crédito e cartão consignado de benefício, em dois inteiros e oitenta e nove centésimos por cento (2,89%)” (Brasil, 2023)

Mesmo assim, os brasileiros continuam lidando com juros excessivos e consequentes dívidas, gerando, inclusive, em superendividamentos.

“Existem variadas práticas que podem indicar a presença de juros abusivos. Entre as mais comuns, podemos destacar a cobrança de taxas excessivamente altas, a falta de transparência na divulgação das taxas de juros, e até mesmo a inclusão de cláusulas ilegais nos contratos de empréstimos/financiamentos. Os juros abusivos são um grande desafio para muitos consumidores. Muitas vezes, eles acabam pagando bem mais do que o esperado pelos produtos e serviços financeiros que contratam. Esta prática pode levar muitas pessoas a uma situação de endividamento, comprometendo seriamente a sua estabilidade financeira” (Rabelo Filho, 2023)

A respeito da margem consignável, corresponde em um limite percentual máximo de comprometimento remuneratório de um cidadão, variado pela Lei 10.820/03 conforme vínculo. Os aposentados e pensionistas também se incluem no referido dispositivo<sup>11</sup>:

“Para os titulares de benefícios de aposentadoria e pensão do Regime Geral de Previdência Social, os descontos e as retenções referidos no **caput** deste artigo não poderão ultrapassar o limite de 45% (quarenta e cinco por cento) do valor dos benefícios, dos quais 35% (trinta e cinco por cento) destinados exclusivamente a empréstimos, a financiamentos e a arrendamentos mercantis, 5% (cinco por cento) destinados exclusivamente à amortização de despesas contraídas por meio de cartão de crédito consignado ou à utilização com a finalidade de saque por meio de cartão de crédito consignado e 5% (cinco por cento) destinados exclusivamente à amortização de despesas contraídas por meio de cartão consignado de benefício ou à utilização com a finalidade de saque por meio de cartão consignado de benefício” (Brasil, 2003)

Não obstante, as financeiras ainda desrespeitam a margem desses consumidores, colocando em importes hiperbólicos e prejudicando nas aposentadorias e pensões, recebendo valores menores do que tem de direito. Um julgado ilustra detalhadamente o raciocínio:

“PROCESSUAL CIVIL. APELAÇÃO. EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS. LIMITAÇÃO A 30% DA REMUNERAÇÃO. POSSIBILIDADE. LEI 10.820/03. APLICAÇÃO REGIME ESTATUTÁRIO. CABIMENTO. PRECEDENTES DO STJ. PREVALÊNCIA DA AUTONOMIA DAS VONTADES. NÃO CABIMENTO. OBSERVÂNCIA AOS PRINCÍPIOS DO MÍNIMO EXISTENCIAL E DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA. JUROS ABUSIVOS. INEXISTÊNCIA. OBSERVÂNCIA A TAXA MÉDIA DE MERCADO. RECURSO CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO À UNANIMIDADE. 1. No caso em análise, os descontos na remuneração do apelado decorrem da espécie de empréstimo consignado, o qual, diferente das outras modalidades de empréstimo, deve ser limitado ao percentual de 30% da remuneração em conformidade com a Lei 10.820/03 e jurisprudência dominante do Superior Tribunal de Justiça. **2. Não há como acolher o argumento da instituição financeira de que deve prevalecer a autonomia de vontade das partes no momento da celebração dos contratos, isso porque, deve-se sopesar que os salários, pensões e/ou proventos têm natureza alimentar e não podem ser absorvidos quase que em sua integralidade para quitar as prestações do empréstimo, isto em observância aos princípios do mínimo existencial e da dignidade da pessoa humana, assegurados constitucionalmente.** 3. Inexiste abusividade nos juros contratados, vez que, não houve a demonstração de que se encontram acima da taxa média de mercado divulgada pelo Banco Central. Precedentes do STJ. 4. Recurso conhecido e parcialmente provido para determinar a

limitação de descontos decorrentes de empréstimos consignados ao percentual de 30% (trinta por cento) da remuneração do apelante à unanimidade” (TJ-PA - APL: 00497343120158140000 BELÉM, Relator: EDINEA OLIVEIRA TAVARES, Data de Julgamento: 10/04/2018, 2ª TURMA DE DIREITO PRIVADO, Data de Publicação: 18/04/2018)

Diante dessas, como outras, que a contratação do crédito pode se caracterizar como uma fraude no mercado consumerista, como também pode prejudicar o bem-estar do consumidor fragilizado.

## 7.2 Pessoa Idosa como Mais Vulnerável

O DEPEF, do Banco Central (2017) apresenta dados que chamam bastante atenção no tocante aos tomadores cardeais de crédito consignado: são aqueles em virtude de sua idade, isto é, os idosos.

“Um dado que chama atenção no crédito consignado é sua penetração entre os idosos: 61% dos tomadores têm mais de 55 anos, sendo responsáveis por 57% da carteira nessa modalidade. Esse indicador contradiz a teoria econômica da suavização do consumo, segundo a qual os indivíduos tendem a estabilizar o padrão de consumo na velhice, tendo, em geral, menor necessidade de crédito” (DEPEF, 2017, p. 117)

O Estatuto do Idoso (Lei nº 10.741/03) foi criada para regular os direitos e garantias asseguradas às pessoas idosas, com 60 anos ou mais (Brasil, 2003). Ademais, o seu artigo 2º mostra que essas pessoas desfrutam de todos os direitos fundamentais existentes, assim como o restante da população:

“A pessoa idosa goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhe, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, para preservação de sua saúde física e mental e seu aperfeiçoamento moral, intelectual, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade” (Brasil, 2003)

No tocante aos direitos e garantias fundamentais, a nossa Carta Magna<sup>10</sup> também se manifesta como uma forma de proteção às pessoas mais velhas: “*A família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida*” (Brasil, 1988)

Segundo dados da divisão de Características Gerais dos Domicílios e dos Moradores 2022, da PNAD, a parcela idosa da população brasileira, com 60 anos ou mais, subiu para 15,1%, onde antes o percentual era de 11,3% (G1, 2023).

Estranhamente, esse tipo de consumidor é o mais prejudicado por sua vulnerabilidade, inclusive por alguns aspectos como perda de aptidão física ou intelectual, tornando mais indefesos aos abusos ante a relação consumerista, sendo dependentes a respeito dos fornecedores (Miragem, 2016, p. 134)

“Nesses casos, portanto, a vulnerabilidade agravada do idoso será critério para interpretação das circunstâncias negociais, e do atendimento, pelo fornecedor, do dever de informar, considerando o direito básico do consumidor à informação eficiente e compreensível. A vulnerabilidade agravada do consumidor idoso, neste sentido, será critério para aplicação, na hipótese, de diversas disposições do CDC, como as estabelecidas no artigo 30, 35 (sobre oferta), 39, IV (sobre prática abusiva), 46 (sobre ineficácia das obrigações não informadas), e 51 (nulidade das cláusulas abusivas)” (Miragem, 2016, p. 136)

O artigo 39, IV, da norma consumerista é transparente ao comunicar sobre a prática abusiva do oferecimento de seus produtos e serviços se utilizando fragilidade do consumidor. Logo, é dever dos bancos e instituições financeiras de mostrar lealdade e zelo aos vulneráveis, conforme o princípio da boa-fé objetiva, prezando pelo bem-estar.

“É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;” (Brasil, 1990)

Nessa esteira, os tribunais também discutem sobre essa prática abusiva, demonstrando importância no combate à afronta das instituições.

“PROPOSTA DE AFETAÇÃO À CORTE ESPECIAL. TEMA 929/STJ. RITO DOS RECURSOS ESPECIAIS REPETITIVOS. DIREITO DO CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. EN. 3/STJ. REPETIÇÃO EM DOBRO. ART. 42, PARÁGRAFO ÚNICO, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - CDC. CONTROVÉRSIA ACERCA DA EXIGÊNCIA DE PROVA DA MÁ-FÉ DO FORNECEDOR. CASO CONCRETO. CONTRATO DE CRÉDITO CONSIGNADO COM PESSOA ANALFABETA. CONSIGNAÇÃO DE DÉBITOS SEM BASE CONTRATUAL. PLEITO DE REPETIÇÃO EM DOBRO. 1. Controvérsia acerca do pleito de repetição em dobro de débitos consignados, sem base contratual, nos proventos de aposentadoria da demandante. 2. Desafetação do recurso especial vinculado ao Tema 929/STJ pelo colegiado da Corte Especial em face do julgamento em curso de embargos de divergência acerca da mesma questão. 3. Necessidade de nova afetação do presente recurso especial vinculado ao Tema 929/STJ ("discussão quanto às hipóteses de aplicação da repetição em dobro prevista no art. 42, parágrafo único, do CDC"), em face da existência de milhares de recursos

sobrestados nos tribunais de origem e da ausência de eficácia vinculativa da decisão dos embargos de divergência semelhante à atribuída pela legislação processual aos recursos repetitivos. 4. RECURSO ESPECIAL AFETADO AO RITO DO ART. 1.036 DO CPC/2015. ” (STJ, REsp. 1823218/AC, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino)

---

<sup>10</sup> BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Art. 230.

<sup>11</sup> BRASIL. Lei nº 10.820, de 17 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2003]. Art. 6º, §5º.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todo contrato é substancial para uma relação contratual e jurídica se prosperar com lealdade e compromisso. Pela conditio *sine qua non* (sem a qual não), todos os princípios presentes no direito consumerista, inclusive a boa-fé objetiva e a transparência, aparece como uma compreensão para uma proteção mais robusta para o consumidor – parte mais fraca do vínculo.

Desta forma, a intenção deste presente trabalho foi mostrar como uma modalidade financeira, como o empréstimo, apesar de conter uma premissa interessante, se mostra na prática como uma arma prejudicial para os consumidores mais desprotegidos, gerando em danos para a sua segurança.

O direito do consumidor está presente para a nossa proteção, enquanto sujeitos da relação de consumo, especialmente para os vulneráveis como os idosos, contendo dispositivos dos quais nos norteiam como um resguardo dos abusos presentes pelos fornecedores.

As fraudes e práticas abusivas cometidas pelos bancos e instituições financeiras expõem a vulnerabilidade que nós passamos e que se faz necessário a consideração de educação financeira, a fim de que não precisamos ser vítimas e nos socorrer do crédito para alívio do nosso financeiro, dado que temos os absurdos vigentes na sua contratação.

Outrossim, insta salientar que é importante a presença de um suporte diferenciado para essas situações, como por exemplo uma maior autonomia de órgãos consumeristas – como o PROCON – para a resolução de conflitos, podendo se transformar em uma entidade jurídica para o combate de crimes de consumo, ou até a criação de novas instituições judiciais, com o objetivo de julgar e sancionar penas para aqueles fornecedores que descumprirem ordens ou praticarem atos ilícitos, isto é, em desconformidade com o Código de Defesa do Consumidor, além de poder desafogar o restante do judiciário.

Os abusos praticados pelos fornecedores precisam ser encerrados e a norma consumerista (Lei nº 8.078/90) está aqui para isso: proteger o elo mais fragilizado.

A modalidade do empréstimo consignado continuará a ser procurada, basta, portanto, sanar os problemas para uma vida mais digna do consumidor.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. **Direito do consumidor. (Coleção esquematizado®)**. São Paulo: Editora Saraiva, 2023. *E-book*. ISBN 9786553626515. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553626515/>. Acesso em: 06 abr. 2023.
- BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm). Acesso em: 20 set. 2023.
- BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República [1990]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em: 01 abr. 2023.
- BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República, [2002]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm). Acesso em: 28 ago. 2023.
- BRASIL. **Lei nº 10.820, de 17 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2003]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.820.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.820.htm). Acesso em: 18 set. 2023.
- BRASIL. **Resolução CNPS/MPS nº 1.351, de 28 de março de 2023**. Edição: 62. Seção: 1. Página: 118, 30 mar. 2023. Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/resolucao-cnps/mps-n-1.351-de-28-de-marco-de-2023-473801023>. Acesso em:
- CAPEZ, Fernando. **A vulnerabilidade de crianças e adolescentes no mercado de consumo**. Revista Consultor Jurídico. ISSN 1809-2829. São Paulo. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2023-mar-24/controversias-juridicas-vulnerabilidade-criancas-adolescentes-mercado-consumo>. Acesso em: 19 maio. 2023.
- DEPEF. **Empréstimo Consignado: Características, Acesso E Uso. O CPF NEM SEMPRE CONTA TODA A HISTÓRIA...**, [S. l.], 2017. Disponível em: [https://www.bcb.gov.br/nor/releidfin/docs/art7\\_emprestimo\\_consignado.pdf](https://www.bcb.gov.br/nor/releidfin/docs/art7_emprestimo_consignado.pdf). Acesso em: 21 set. 2023.
- ESTADÃO. **Aposentados sofrem assédio por causa do consignado; como se proteger?** 11 out. 2022. Disponível em: <https://mobilidade.estadao.com.br/na-perifa/aposentados-sofrem-assedio-por-causa-do-consignado-como-se-proteger/>. Acesso em: 19 set. 2023.
- FILHO, Sérgio Cavalieri. **Programa de Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Atlas, 2008. 338 p.
- FILOMENO, José Geraldo B. **Direitos do Consumidor**, 15ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2018. *E-book*. ISBN 9788597017069. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597017069/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

G1. **População idosa sobe para 15,1% em 2022, diz IBGE**. 16 jun. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/06/16/populacao-idosa-sobe-para-151percent-em-2022-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 27 set. 2023.

JÚNIOR., Humberto T. **Direitos do Consumidor**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2020. *E-book*. ISBN 9788530992941. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530992941/>. Acesso em: 08 fev. 2023.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. 933 p.

MOURA, R.; DE OLIVEIRA, S. C. S; OLIVEIRA SILVA, R. N. **Crédito consignado e seu impacto na vida dos aposentados**. Anais do 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviço Social. 2018. Disponível em:

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 12.ed. São Paulo: Saraiva, 2018. 730 p.

PAIVA, Clarissa Teixeira. **O que caracteriza uma relação de consumo**. *Revista Jus Navigandi*, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 20, n. 4401, 20 jul. 2015. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/34128>. Acesso em: 14 abr. 2023.

PEDRON, Flávio Q.; CAFFARATE, Viviane M. **Evolução histórica do Direito do Consumidor**. *Revista Jus Navigandi*, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 5, n. 41, 1 mai. 2000. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/687>. Acesso em: 12 abr. 2023.

RABELO FILHO, Vanderlei. **Brasileiros sofrem com excesso de juros abusivos e endividamento**. *Migalhas*. 24 mai. 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/387018/brasileiros-sofrem-com-excesso-de-juros-abusivos-e-endividamento>. Acesso em: 20 set. 2023.

SOUZA, Miriam de Almeida. **A Política legislativa do Consumidor no Direito Comparado**. Belo Horizonte: Edições Ciência Jurídica, 1996. 269 p.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual. Volume Único**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2023. *E-book*. ISBN 9786559648054. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559648054/>. Acesso em: 10 mar. 2023.

THOMAZINI, Ana Paula Nickel. **O Princípio da Transparência nas relações de consumo**. *Boletim Jurídico*, ISSN 1807-9008, Uberaba/MG, a.3, n° 181, 3 jun. 2006. Disponível em: <https://www.boletimjuridico.com.br/artigos/trabalhos-academicos/1304/o-principio-transparencia-nas-relacoes-consumo>. Acesso em 10 set. 2023.