

*Francisca Maria de Medeiros Marques*  
*Renan Sores Cortazio*  
*Roberta Terezinha Pinho Leite*  
*Vinícius Rangel*  
**Coordenadores**

## **REFLEXÕES CONTEMPORÂNEAS NO DIREITO CIVIL CONSTITUCIONAL**

**ESTUDOS EM HOMENAGEM À PROFESSORA  
MILENA DONATO OLIVA**



# **SUPERENDIVIDAMENTO E ASSÉDIO DE CONSUMO: REFLEXÕES SOBRE OS INSTRUMENTOS LEGAIS DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR**

*Heloisa Helena Barboza<sup>1</sup>*

*Vitor Almeida<sup>2</sup>*

**SUMÁRIO:** Notas introdutórias – 1. Vulnerabilidade do consumidor na era do hiperconsumo – 2. A proteção da dignidade do consumidor na legalidade constitucional – 3. Assédio de Consumo e superendividamento: desafios às medidas legais de proteção – Considerações finais.

*Numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fadas.<sup>3</sup>*

**BAUMAN, Zygmunt**

## **NOTAS INTRODUTÓRIAS**

O superendividamento dos consumidores é um problema crescente no Brasil, exacerbado pela concessão irresponsável de crédito e por práticas publicitárias agressivas, o que, por conseguinte, agrava a

---

<sup>1</sup> Professora Titular de Direito Civil e ex-Diretora da Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Doutora em Direito pela UERJ e em Ciências pela ENSP/FIOCRUZ. Procuradora de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (aposentada). Advogada. Parecerista.

<sup>2</sup> Doutor e Mestre em Direito Civil pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Professor Adjunto do Departamento de Direito Civil da UERJ. Professor Permanente do Mestrado e Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Direito da UERJ. Professor do Departamento de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Professor Colaborador do Mestrado Profissional em Direito Civil Contemporâneo e Prática Jurídica da PUC-Rio. Advogado. Parecerista.

<sup>3</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 22.

questão da exclusão social no mercado de consumo. Nesse cenário, indispensável percorrer as mudanças introduzidas pela aguardada Lei n. 14.181, de 1º de julho de 2021, conhecida como Lei do Superendividamento, que provocou mudanças significativas no Código de Defesa do Consumidor, com ênfase na prevenção do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor.

O presente artigo analisa os efeitos do assédio de consumo e da concessão de crédito no superendividamento dos consumidores brasileiros, à luz das diretrizes e instrumentos previstos na Lei n. 14.181/2021. A pesquisa foca na inclusão social e na preservação do mínimo existencial como consectários da cláusula geral de proteção da dignidade da pessoa humana, em especial como importantes instrumentos no mercado de consumo. Através de pesquisa bibliográfica, que inclui a análise dos preceitos legais, examinam-se os desafios e oportunidades apresentados pela nova Lei na busca do equilíbrio de relações de consumo historicamente desiguais, fortalecendo a proteção do consumidor em sua dimensão existencial. As diretrizes inauguradas expressamente com a novel Lei destacam-se não apenas pelas alterações pontuais no Código de Defesa do Consumidor, mas principalmente por expressarem um conjunto de valores que reforçam a inarredável proteção do consumidor em completa sintonia com o marco constitucional brasileiro.

Embora a Lei n. 14.181/2021 tenha introduzido mecanismos importantes para a proteção dos consumidores, como a vedação de práticas de assédio de consumo e a promoção da educação financeira, sua implementação enfrenta dificuldades significativas como a resistência das instituições financeiras e a necessidade de maior conscientização dos consumidores. A colaboração entre governo e sociedade civil revela-se igualmente indispensável para que a proteção buscada se torne efetiva. Por outro lado, a realização de pesquisas sobre a temática será de todo útil para avaliar o impacto dessas medidas a longo prazo e identificar as estratégias adicionais para fortalecer a proteção dos consumidores.

Busca-se, portanto, diante da unidade do ordenamento na legalidade constitucional<sup>4</sup>, a adequada interpretação do artigo 54-C da Lei de Superendividamento, especialmente em seu quarto inciso, o qual reforça a necessidade de proteger os consumidores contra práticas abusivas na oferta de crédito. Mesmo sem um dispositivo específico que proíba determinadas expressões publicitárias, o assédio de consumo permanece relevante e deve ser combatido para preservar a dignidade e os direitos dos consumidores, de modo a assegurar seu mínimo existencial e evitar sua exclusão social.

## 1. VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NA ERA DO HIPERCONSUMO

A partir da promulgação do Código de Defesa do Consumidor – CDC (Lei nº 8.078/1990), destinado precipuamente à proteção do consumidor, instaurou-se no ordenamento jurídico brasileiro a tutela equilibrada e efetiva nas relações de consumo. Buscou o legislador compensar a vulnerabilidade do consumidor frente ao conhecimento técnico e/ou ao poder econômico dos fornecedores, aos quais deve se acrescer a massiva publicidade que é impingida ao público consumidor.

Em razão do reconhecimento do histórico desequilíbrio desfavorável ao consumidor, o legislador ordinário, em cumprimento ao determinado pela Constituição da República de 1988, estabeleceu diversos dispositivos que visam assegurar, numa relação tradicionalmente desigual, uma proteção mais efetiva à parte mais vulnerável. Destaque-se que a defesa do consumidor é qualificada como um direito fundamental<sup>5</sup>, eis que inscrita no art. 5º, inciso XXXII, constituindo uma das diretrizes da atividade econômica, segundo o art. 170, inciso V.

---

<sup>4</sup> Cf. OLIVA, Milena Donato. Desafios contemporâneos da proteção do consumidor: codificação e pluralidade de fontes normativas. *Revista Brasileira de Direito Civil*, v. 16, p. 15-34, 2018; TEPEDINO, Gustavo. Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e Complexidade do Ordenamento. *Revista Trimestral de Direito Civil*, Editorial, v. 22, 2005; TEPEDINO, Gustavo. O Código Civil, os Chamados Microssistemas e a Constituição: Premissas para uma Reforma Legislativa. In: *Problemas de Direito Civil-Constitucional*. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

<sup>5</sup> Ver, por todos, MARTINS, Guilherme Magalhães. A defesa do consumidor como direito fundamental na ordem constitucional. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

Cabe lembrar que os consumidores não foram os únicos merecedores de tutela constitucional própria e específica destinada a grupos sociais historicamente vulnerabilizados, integrados por crianças, adolescentes<sup>6</sup>, jovens<sup>7</sup>, pessoas idosas<sup>8</sup> e pessoas com deficiência<sup>9</sup>, dentre outras populações vulneráveis. Atento às condições de ínsita fragilidade de cada grupo, o legislador constituinte estabeleceu princípios e normas que asseguram a seus integrantes a necessária proteção diante da situação de desigualdade e exclusão constatada na realidade social<sup>10</sup>. Ademais, no mercado de consumo potencializam-se as assimetrias, especialmente em consequência das interseccionalidades, na medida em que os grupos se relacionam agravando o desequilíbrio já existente entre consumidor e fornecedor, de que são bons exemplos os consumidores idosos e com deficiência.

Em atenção à orientação constitucional, a Lei n. 13.146/2015 (Estatuto da Pessoa com Deficiência) alterou o CDC, para determinar que todas as informações existentes sobre o consumidor, bem como sobre as suas respectivas fontes, sejam disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor. Sem os formatos adequados às diversas deficiências, ineficaz seria a proteção dos dados individuais das pessoas com deficiência<sup>11</sup>. A tutela das informações individuais torna-se uma questão de todo relevante quando se trata de superendividamento e assédio de consumo, como adiante será examinado.

O CDC, ao incluir a facilitação da defesa dos direitos do consumidor entre seus direitos básicos, faz menção à possibilidade de alegação de hipossuficiência, segundo as regras ordinárias de experiências,

<sup>6</sup> Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990, dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente.

<sup>7</sup> Lei n. 12.852, de 05 de agosto de 2013, instituiu o Estatuto da Juventude.

<sup>8</sup> Lei n. 10.741, de 1º de outubro de 2003, dispõe sobre o Estatuto da Pessoa Idosa e dá outras providências. (Redação dada pela Lei nº 14.423, de 2022)

<sup>9</sup> Lei n. 13.146, de 06 de julho de 2015, Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência).

<sup>10</sup> Cf. TEPEDINO, Gustavo. Normas constitucionais e direito civil na construção unitária do ordenamento. In: *Temas de direito civil*, t. III, Rio de Janeiro: Renovar, 2009, p. 13-17.

<sup>11</sup> Lei 8.078/1990, art. 43: “O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes. [...] § 6º Todas as informações de que trata o *caput* deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor (Incluído pela Lei nº 13.146, de 2015)”.

para fins de inversão do ônus da prova<sup>12</sup>. Muito já se escreveu sobre a hipossuficiência do consumidor, que se refere a sua situação econômica<sup>13</sup>. Esse reconhecimento legal não é suficiente, todavia, para a compreensão da efetiva dimensão da situação de vulnerabilidade do consumidor, sendo de todo útil para esse fim algumas breves considerações sobre o papel do CDC no cenário legislativo brasileiro.

O CDC entra em vigor na chamada “Era dos Estatutos”, durante a qual se multiplicaram as leis ordinárias que subtraíram do Código Civil parcela significativa de seu campo de aplicação<sup>14</sup>. Além de constituírem diplomas com linguagem setorial e transversais, na medida em que contemplavam institutos e instrumentos de diferentes ramos jurídicos, os Estatutos demonstravam a superação da dicotomia público/privado pelo ordenamento jurídico brasileiro. Ao Código Civil restava um papel residual, isto é, tinha lugar sempre que não houvesse lei específica sobre a matéria.

No âmbito das relações de consumo, em especial, o gritante descompasso entre as normas do CDC que disciplinavam o regime da responsabilidade civil e a proteção contratual do consumidor e as regras calcadas na isonomia formal estampadas no Código Civil de 1916, distanciava cada vez mais a interação entre os diplomas normativos, não bastante ser distinta sua vocação. O Código de Defesa do Consumidor adotou técnica legislativa calcada em cláusulas gerais e conceitos indeterminados, que permitem ao intérprete, em face das circunstâncias do caso concreto e à luz das diretrizes constitucionais, preencher de forma

---

<sup>12</sup> Lei 8.078/1990, art. 6º: “[...] VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências; [...]”

<sup>13</sup> “É mister que não se confunda hipossuficiência ‘stricto sensu’, de cunho eminentemente econômico, com vulnerabilidade, que [...] é o apanágio de todo e qualquer consumidor, em decorrência de sua desinformação técnica ou dificuldades de acesso aos meios de resolução dos conflitos de consumo”. (GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto, 10. ed., rev., atual. e reform., Rio de Janeiro: Forense, 2011, v. I, p. 164).

<sup>14</sup> Com a multiplicação das fontes normativas havia risco de fragmentação do ordenamento jurídico, visto que os estatutos foram encarados por parcela da doutrina como microssistemas a partir do fenômeno da descodificação. Sobre o assunto, v. IRTI, Natalino. *L'età della decodificazione*. Milano: Giuffrè, 1976, *passim*. Na experiência brasileira e no contexto do direito do consumidor, seja consentido novamente remeter a OLIVA, Milena Donato, 2018, Desafios contemporâneos da proteção do consumidor: codificação e pluralidade de fontes normativas. *Revista Brasileira de Direito Civil*, v. 16, *passim*.

valorativa o conteúdo dos dispositivos legais com segurança e critérios adequados.

É necessário salientar que o trabalho do operador do direito não deve se limitar ao CDC, sendo necessária sua leitura numa compreensão histórica, sistêmica e unitária do ordenamento jurídico, a fim de concretizar a integral e adequada defesa do consumidor, como determina a Constituição da República de 1988. Observe-se que desde a década de 1970 até a contemporaneidade o consumo assumiu novas dimensões e significados que não escaparam aos filósofos e sociólogos. As diferentes fases do consumo influenciaram mudanças na indústria, na sociedade e principalmente nas relações intersubjetivas, especialmente na perspectiva de realização e felicidade dos indivíduos.<sup>15</sup>

O hiperconsumo é tema de todo interessante, mas escapa aos estreitos limites do presente artigo. Contudo, para que se vislumbre a complexidade do consumo, deve ser mencionado que, segundo Zygmunt Bauman:

“[...] a vida líquida é uma vida de consumo. Projeta o mundo e todos os seus fragmentos animados e inanimados como objetos de consumo, ou seja, objetos que perdem a utilidade (e, portanto, o viço, a atração, o poder de sedução e valor) enquanto são usados. Molda o julgamento e a avaliação de todos os fragmentos animados e inanimados do mundo segundo o padrão dos objetos de consumo.”<sup>16</sup>

Gilles Lipovetsky, por sua vez, entende que na era do hiperconsumo a renovação constante dos produtos é mais acentuada, porém agora marcada pela variedade e pela personalização ao invés da

<sup>15</sup> Sobre o assunto ver AMORIM, E. S. M. S.; SILVA, E. R. S.; ROSA, J.; PEREZ, C. O princípio do prazer: o hiperconsumo como escape em tempos de modernidade líquida. *Signos do Consumo*, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 70-78, jul./dez., 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3502/350259662006/html/#:~:text=A%20partir%20dos%20anos%201970,em%20parceria%20com%20Jean%20Serroy>. Acesso em: 29 ago. 2024.

<sup>16</sup> BAUMAN, Zygmunt. *A vida líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007, p. 16-17. Sobre os consumidores na sociedade líquido-moderna, o autor desenvolve com maior profundidade as reflexões sobre o tema no capítulo cinco do livro (p. 106-151). V., ainda, BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2022.

padronização. Este momento coincidiu com as diversas modificações dos consumidores e da sociedade, a qual se encontra imersa na globalização em função das tecnologias da informação que possibilitaram o acesso fácil ao conhecimento e às novidades.<sup>17</sup>

Nesse contexto, cabe lembrar que o projeto constitucional foi concebido de modo a promover uma sociedade mais solidária, que visa reduzir as desigualdades sociais e regionais, superando uma postura individualista em favor da justiça social. Com base no paradigma da solidariedade, as normas sobre as relações de consumo romperam com a ótica individualista e patrimonialista que regia o direito privado nacional. O modelo construído sob a égide do liberalismo era calcado num entendimento de igualdade e liberdade formais, o qual permitia e legitimava relações notadamente desiguais, que mantinham uma situação injusta de concentração de poder nas mãos de quem já o detinha e possuía patrimônio. Flagrante o desequilíbrio entre fornecedor e consumidor, inegavelmente vulnerável e sem defesa específica, num sistema que autorizava essa desigualdade. Como destaca Guilherme Martins Magalhães, “a opção da Constituição de 1988 de albergar a defesa do consumidor se dá pela inegável necessidade de que certas situações de desequilíbrio social sofram incisiva ação terapêutica do Estado, seja esta ação de cunho econômico ou jurídico”.<sup>18</sup>

A revelar a urgência das medidas de proteção, o CDC surge no processo de redemocratização do Brasil, no curto prazo estabelecido pelo constituinte<sup>19</sup>, para dispor, em sede infraconstitucional, sobre os princípios e regras que regem a tutela da parte mais vulnerável da relação de consumo.

---

<sup>17</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70, 2007, p. 28.

<sup>18</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. A defesa do consumidor como direito fundamental na ordem constitucional. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p. 2.

<sup>19</sup> ADCT, art. 48: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”.

## 2. A PROTEÇÃO DA DIGNIDADE DO CONSUMIDOR NA LEGALIDADE CONSTITUCIONAL

A proteção do consumidor na ordem civil-constitucional<sup>20</sup> decorre, em verdade, precipuamente do princípio fundante da dignidade da pessoa humana<sup>21</sup>. Com base nesse princípio, o qual legitima a defesa do consumidor como direito fundamental, Guilherme Martins Magalhães, com razão, defende que o “cidadão-consumidor, ou melhor, a pessoa-consumidor, se projeta na dimensão constitucional, de modo que, na hipótese de conflito entre o respectivo direito fundamental – sobretudo quando traduzido nas situações jurídicas existenciais – e as exigências de mercado livre, sua primazia se mostra fora de discussão”<sup>22</sup>.

A inerente vulnerabilidade é o elemento justificador de uma legislação mais favorável ao consumidor, ainda que em detrimento dos fornecedores, que assumem o risco de sua atividade em razão das vantagens econômicas obtidas nas operações. Busca-se, portanto, reduzir as desigualdades fáticas existentes entre os polos de uma relação de consumo, fundada em razões socioeconômicas e informacionais, de modo a proteger e promover a pessoa do consumidor.

Como ressalta Cláudia Lima Marques, “o direito do consumidor é um direito para desiguais, forte, protetor, e assim tem um campo de aplicação subjetivamente especial”<sup>23</sup>. A definição do sujeito tutelado é complexa, tendo em vista que sua caracterização deve ser realizada de modo relacional, ou seja, o campo de aplicação do CDC é *ratione personae*, “uma vez que materialmente ele se aplica em princípio a todas

<sup>20</sup> A respeito da metodologia do direito civil-constitucional: PERLINGIERI, Pietro. *Direito civil na legalidade constitucional*. Tradução de Maria Cristina De Cicco. Rio de Janeiro: Renovar, 2008; PERLINGIERI, Pietro. *Perfis do direito civil*. Trad. Maria Cristina de Cicco. 3. ed., rev. e ampl., Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

<sup>21</sup> Cf. TEPEDINO, Gustavo; OLIVA, Milena Donato. A proteção do consumidor no ordenamento brasileiro. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno (Org.). *Diálogo das fontes: novos estudos sobre a coordenação e aplicação das normas no direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020, p. 373-394.

<sup>22</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. A defesa do consumidor como direito fundamental na ordem constitucional. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p. 6.

<sup>23</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 67.

as relações contratuais e extracontratuais entre consumidores e fornecedores".<sup>24</sup>

Guilherme Martins Magalhães destaca que o direito do consumidor funciona como um direito fundamental para as pessoas físicas, mas “para os demais agentes econômicos, especialmente pessoas jurídicas, trata-se especialmente de um sistema limitador da livre iniciativa do art. 170, *caput*”, da Constituição de 1988<sup>25</sup>. Verifica-se, desse modo, que as normas constitucionais exercem funções distintas, pois enquanto o disposto no art. 5º, inciso XXXII, da Constituição da República, se destina à garantia dos direitos fundamentais dos consumidores, a defesa do consumidor inserida no inciso V, do citado art. 170, atua como limite ao princípio da livre iniciativa privada, moldando o desenvolvimento econômico aos valores insculpidos na Constituição de 1988.

O conceito jurídico de consumidor está contido em quatro dispositivos do CDC: art. 2º, *caput* e parágrafo único, art. 17 e art. 29. Forçosa é a interpretação sistemática dessas disposições para a efetiva defesa do consumidor. Intenso debate já se travou acerca da extensão do citado art. 2º, polarizando as correntes doutrinárias em finalistas<sup>26</sup> e maximalistas.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 65.

<sup>25</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. A defesa do consumidor como direito fundamental na ordem constitucional. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p. 4.

<sup>26</sup> De acordo com Cláudia Lima Marques, defensora da posição finalista, “a definição de consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Esta tutela só existe porque o consumidor é a parte vulnerável nas relações contratuais no mercado, como afirma o próprio CDC no art. 4º, inciso I. Logo, conviria delimitar claramente quem merece esta tutela e quem não necessita dela, quem é consumidor e quem não é. Os finalistas propõem, então, que se interprete a expressão “destinatário final” do art. 2º de maneira restrita, como requerem os princípios básicos do CDC, exposto nos arts. 4º e 6º”. (BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 68).

<sup>27</sup> “Já os maximalistas viam nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não em normas orientadas para proteger somente o consumidor não profissional. O CDC seria um código geral sobre o consumo, um código para a sociedade de consumo, que institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores. A definição do art. 2º deve ser interpretada o mais extensamente possível”. (BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 69). Cf. TEPEDINO, Gustavo. O inquietante retorno de doutrinas maximalistas. *Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil*, Belo Horizonte, editorial, v. 33, n. 2, p. 13-15, abr./jun., 2024.

Marcelo Junqueira Calixto observou que o Superior Tribunal de Justiça enfraqueceu o debate entre maximalistas e finalistas, na medida em que consagrou o chamado *finalismo aprofundado* e, por conseguinte, reconheceu que a incidência do CDC é determinada pela “vulnerabilidade de uma das partes da relação jurídica”.<sup>28</sup>

Nesse sentido, já se registrou que “em relação à Lei n. 8.078/90 pode-se considerar que o princípio da vulnerabilidade é aquele que informa todas as demais normas nele estabelecidas. Assim, é a vulnerabilidade elemento essencial do conceito jurídico de consumidor, seja *strictu sensu* seja equiparado”<sup>29</sup>. Nessa linha, reforça-se que o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, afirmado pelo próprio CDC (art. 4º, I), deveria ser um requisito comum para que o intérprete afastasse eventual relação jurídica do âmbito do Código Civil e aplicasse a legislação protetiva”<sup>30</sup>. Sob esse ângulo, inclusive, muito mais consentânea com os valores constitucionais é a interpretação finalista para revelar o conceito de consumidor, e, desse modo, atrair a aplicação do diploma consumerista.

Neste diapasão, Guilherme Martins Magalhães aduz que “a interpretação finalista nada mais é do que uma interpretação conforme a Constituição, a partir dos valores fundamentais da igualdade, dignidade e proteção do Estado”. Complementa, ainda, que “o Código de Defesa do consumidor, para tanto, funciona como um sistema, codificado, construído e organizado justamente tendo como base a identificação do sujeito beneficiado”.<sup>31</sup>

Uma das questões mais debatidas a respeito da rigidez da teoria finalista reside na questão do uso profissional do bem ou do serviço, o que afastaria, *a priori*, a qualificação de consumidor. No entanto, com a

---

<sup>28</sup> CALIXTO, Marcelo Junqueira. Ainda o conceito de consumidor: breves considerações a partir de dois julgados do Supremo Tribunal Federal. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p. 366.

<sup>29</sup> CALIXTO, Marcelo Junqueira. O princípio da vulnerabilidade do consumidor. In: BODIN DE MORAES, Maria Celina (Coord.). *Princípios do direito civil contemporâneo*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006, p. 356.

<sup>30</sup> CALIXTO, Marcelo Junqueira. Ainda o conceito de consumidor: breves considerações a partir de dois julgados do Supremo Tribunal Federal. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p. 365.

<sup>31</sup> MARTINS, Guilherme Magalhães. A defesa do consumidor como direito fundamental na ordem constitucional. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Coord.). *Temas de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p. 5.

flexibilização pela teoria do finalismo aprofundado constata-se a partir dessa perspectiva que a utilização profissional do bem, por si só, não afasta a vulnerabilidade do adquirente ou utente.

Na medida em que a vulnerabilidade se revela como fundamento da proteção do consumidor, a definição do destinatário final e, por conseguinte, do consumidor, não pode se afastar do fato de que o uso profissional, em si mesmo, não necessariamente interfere na caracterização da vulnerabilidade em concreto. Por isso, parece equivocado caracterizar o destinatário final apenas como o não profissional, muito embora seja indiscutível que o não profissional sempre seja qualificado como destinatário final.

O CDC estabelece algumas hipóteses de equiparação à figura do consumidor, que embora não sejam destinatários finais, são, para fins de aplicação da Lei 8.078/1990, igualmente considerados consumidores. Nestes casos, basta que o indivíduo esteja exposto às situações previstas legalmente, seja na condição de integrante de uma coletividade de pessoas (art. 2º, parágrafo único), como vítima de acidente de consumo (art. 17) ou como destinatário de práticas comerciais (art. 29), para a incidência da norma protetiva.

A legislação consumerista reconhece diversos direitos subjetivos aos consumidores, enquanto estabelece, por outro lado, os deveres imputados aos fornecedores. Os direitos básicos dos consumidores traduzem o mínimo que lhes é assegurado e seu rol exemplificativo encontra-se previsto no art. 6º do CDC, não excluídas outras disposições que assegurem direitos de mesma natureza. Visam, portanto, “preservar a pessoa humana consumidora em suas relações jurídicas e econômicas concretas, protegendo seu aspecto existencial e seus interesses legítimos no mercado de consumo”<sup>32</sup>, ou seja, promovem a dignidade do consumidor. Os direitos elencados são, portanto, de naturezas diversas e assumem perfil patrimonial, existencial e dúplice, além das garantias de direito material e processual. Vale, ainda, destacar que o dispositivo teve

---

<sup>32</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 5. ed., rev., atual. e ampl., São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 197.

alguns incisos inseridos por força da Lei nº 14.181/2021, conhecida como Lei do Superendividamento, adiante analisada.

O art. 6º acima referido concretiza o comando constitucional de defesa do consumidor, na medida em que explicita quais são os direitos básicos, de forma não exaustiva e exclusiva, os quais são essenciais para a tutela do consumidor como parte vulnerável no mercado de consumo. O art. 7º do CDC ratifica a natureza exemplificativa da relação contida no art. 6º, ao não excluir outros direitos, 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. O CDC é uma lei de relevante escopo social que tem como principal norte modificar profundamente as relações faticamente desequilibradas na sociedade.<sup>33</sup>

Nesse sentido, o CDC institui, em seu art. 4º, a Política Nacional das Relações de Consumo que se rege pelos princípios ali indicados e 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. Os mencionados princípios constituem diretrizes para a interpretação de todas as normas contidas no CDC e demais leis de proteção do consumidor.

Para fins de execução da Política Nacional das Relações de Consumo, o CDC estabeleceu os instrumentos que deverão ser utilizados pelo poder público, evitando assim que os princípios ali indicados se transformem em meras orientações programáticas.

Não obstante sua sólida base principiológica e a objetividade das disposições do CDC, a proteção do consumidor é constantemente ameaçada por práticas abusivas dos fornecedores, como se passa a examinar.

---

<sup>33</sup> V. OLIVA, Milena Donato; RANGEL, Vinícius. *Impactos do Código de Defesa do Consumidor na Sociedade Brasileira*. In: SCHREIBER, Anderson; MELO, Marco Aurélio Bezerra de (Org.). *Direito e Transformação Social*. Indaiatuba, SP: Foco, 2023.

### 3. ASSÉDIO DE CONSUMO E SUPERENDIVIDAMENTO: DESAFIOS ÀS MEDIDAS LEGAIS DE PROTEÇÃO

No caso dos agentes econômicos, especialmente os que têm natureza de pessoas jurídicas, a proteção especial do consumidor atinge diretamente um dos princípios que fundamenta a ordem econômica, uma vez que constitui um sistema limitador da livre iniciativa. Nos termos do art. 170, da Constituição de 1988, a ordem econômica tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social. Configura-se, desse modo, uma questão complexa, que exige detida análise não comportada nos estreitos limites do presente trabalho. Certo é, como antes assinalado, que a função da defesa do consumidor é um dos princípios regentes da ordem econômica, cuja função é exatamente limitar a livre iniciativa privada, para evitar que o desenvolvimento econômico se dê à custa do sacrifício dos valores insculpidos na Constituição de 1988, citando-se por todos a dignidade da pessoa humana.

Deve-se considerar, sobretudo, que os fornecedores lançam mão de instrumentos estratégicos os mais variados para estimular fortemente o consumo, os quais acabam por se tornar abusivos, por se valerem e agravarem a inerente fragilidade do consumidor, num processo predatório da pessoa e dos bens do consumidor.

Essas estratégias fomentam o hiperconsumo e colocam em jogo interesses existenciais e patrimoniais dos indivíduos, através da desenfreada aquisição de bens e serviços, em franco desafio ao sistema de proteção do consumidor inaugurado pela Constituição da República. Observe-se que o consumo ocorre em todos os setores da vida em sociedade, inclusive e especialmente os vitais, como alimentação, saúde, higiene, educação, cultura e lazer, que estão vinculados diretamente à estrutura financeira de cada pessoa.

O abrandamento, se não o controle, desse processo que rapidamente tomou a sociedade contemporânea, demanda o estabelecimento de mecanismos inibitórios das práticas abusivas que acabam por prejudicar fortemente o consumidor, em particular as pessoas mais suscetíveis aos “encantos”, “vantagens” e “benefícios” dos mais variados que são apresentados, em especial aos mais suscetíveis de serem

capturados, como as pessoas idosas, crianças, pessoas com deficiência, enfim, toda sorte de indivíduos que se encontram vulnerados.

Felizmente o legislador infraconstitucional não se manteve inerte e procura abrandar o hiperconsumo na sociedade contemporânea através de mecanismos inibitórios da aquisição descontrolada de bens e serviços. Nesse sentido foi editada a Lei n. 14.181, de 1º de julho de 2021, conhecida como Lei do Superendividamento, que alterou dispositivos do CDC e da Lei n. 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto da Pessoa Idosa), diplomas que contemplam disposições protetivas em relação à populações vulneráveis.

A Lei do Superendividamento busca precipuamente inibir a exclusão social do consumidor e preservar-lhe o mínimo existencial. O legislador não se limitou a prevenir e a tratar o superendividamento; buscou em especial evitar que o consumidor seja socialmente excluído, em virtude da concessão irresponsável de crédito e da publicidade invasiva e agressiva. Em uma sociedade que incentiva o crédito desmedido, proteger os consumidores da exclusão social é vital. Lembre-se que, em geral, os excluídos são desprotegidos e ficam expostos à exploração de terceiros, em suas mais variadas modalidades.

O CDC, como visto acima, sempre visou reequilibrar as relações de consumo que são por natureza desiguais. Contudo, a Lei n. 14.181/2021 põe em destaque a inclusão social do consumidor de maneira mais forte e expressiva do que CDC. A preservação do mínimo existencial, por sua vez, tornou-se diretriz central, ao procurar garantir aos consumidores os meios para manter sua dignidade, ainda que diante de uma sociedade na qual graça o superendividamento.

De acordo com o art. 54-A, §§ 1º e 2º, do CDC, acrescidos pela Lei n. 14.181/2021, entende-se por superendividamento a impossibilidade manifesta de o consumidor pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação<sup>34</sup>. As mencionadas

<sup>34</sup> Vide Decreto n. 11.150, de 26 de julho de 2022, que regulamenta a preservação e o não comprometimento do mínimo existencial para fins de prevenção, tratamento e conciliação de situações de superendividamento em dívidas de consumo, nos termos do disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor. A análise crítica do referido Decreto escapa aos estreitos limites do presente trabalho.

dívidas englobam quaisquer compromissos financeiros assumidos decorrentes de relação de consumo, inclusive operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada. Trata-se, portanto, de uma questão financeira que atinge diretamente a sobrevivência digna do consumidor.

Destaque-se que o legislador se refere claramente à oferta de crédito ao consumidor feita de forma expressa ou implícita, publicitária ou não, para vedar as condutas do fornecedor indicadas nos incisos I a V do art. 54-C. O “assédio de consumo”, que já era discutido na doutrina consumerista<sup>35</sup>, foi expressamente reconhecido e proibido no inciso IV, do art. 54-C, do CDC. Em boa hora, não houve definição da conduta, ação ou comportamento que configura “assédio”, que apresenta a cada momento novas e aprimoradas modalidades e instrumentos. O termo em sua origem significa operação para fim de domínio e muito bem traduz qualquer ação ou conduta insistente e impertinente, perseguição, sugestão ou pretensão constantes em relação a alguém. O assédio tem a marca do abuso, isto é, do excesso, da falta de moderação, que retiram a legitimidade da conduta.

O assédio de consumo, em suas múltiplas formas, se relaciona diretamente com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), comprovando a urgente necessidade de proteger a privacidade e os dados pessoais do consumidor. Ambas as leis destacam a necessidade de proteger os direitos da personalidade do consumidor, indo além da proteção contra defeitos e vícios de produtos e serviços. A proteção das dimensões existenciais existentes na maioria, senão em todas, relações de consumo, que inclui a privacidade e os dados pessoais é de todo indispensável.

A prevenção é uma tônica central da Lei do Superendividamento. Embora inicialmente o impacto seja mais visível na renegociação e tratamento das dívidas existentes, o foco é evitar o superendividamento no futuro. É fundamental, portanto, promover uma concessão de crédito

<sup>35</sup> Cf., por todos, BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação e consumo: a proteção da privacidade do consumidor no mercado contemporâneo da oferta*. In: MARTINS, Guilherme Magalhães (Org.). *Direito Privado e Internet*. São Paulo: Atlas, 2014, p. 223-257, e BARBOSA, Fernanda Nunes; MATOS, H. R. M. A vulnerabilidade do consumidor no assédio de consumo: a problemática das chamadas robotizadas. In: ALMEIDA, Vitor; BARLETTA, Fabiana Rodrigues (Orgs.). *Vulnerabilidade e suas dimensões jurídicas*. Indaiatuba: Editora Foco, 2022, p. 263-274.

responsável e combater a publicidade invasiva e agressiva que impulsiona o consumo de crédito desnecessário, o que revela a função promocional da Lei.<sup>36</sup>

As pessoas na sociedade contemporânea são constantemente bombardeadas por ofertas de crédito, muitas vezes sem informações claras sobre os ônus financeiros a que estão sujeitas. A assimetria informacional é uma realidade, dificultando a compreensão das condições do crédito e das taxas de juros envolvidas, em especial quando se considera a linguagem financeira tão cara às instituições de crédito. Por tal motivo, a Lei busca assegurar o acesso dos consumidores a informações claras e compreensíveis, promovendo uma relação de consumo mais equilibrada e justa. Para tanto, são explicitadas no texto legal (art. 54-B, do CDC) as informações que devem ser prestadas ao consumidor pelo fornecedor ou intermediário para concessão de crédito e na venda a prazo, de modo adequado e previamente, além das constantes do art. 52, do CDC, e demais leis aplicáveis à matéria.

Discutir o superendividamento vai além de uma questão econômica e patrimonial, visto ser essencial abordar a dimensão existencial do problema. A Lei n. 14.181/2021 atualizou o CDC e deu um passo significativo ao destacar que a vulnerabilidade do consumidor não se limita apenas ao âmbito do consumo de bens e serviços, mas também envolve sua privacidade, proteção de dados pessoais e preservação do mínimo existencial, visto que a cidadania plena só é exercida quando se tem acesso aos bens e serviços básicos, como alimentação e saúde, indispensáveis para uma vida boa e digna. Observe-se que as dívidas que configuram o superendividamento compreendem quaisquer compromissos financeiros assumidos decorrentes da relação de consumo, inclusive operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada.

A discussão sobre a vulnerabilidade agravada dos consumidores, especialmente em relação à oferta de crédito, torna-se fundamental para entender o alcance e a aplicação da Lei do Superendividamento. O legislador brasileiro, ao incluir o conceito de “estado de vulnerabilidade

---

<sup>36</sup> V. BOBBIO, Norberto. A função promocional do direito. In: *Da estrutura à função: novos estudos de teoria do direito*. Barueri: Manole, 2007.

agravada” no art. 54-C, inciso IV, do CDC por força da promulgação da Lei n. 14.181/2021, não limitou explicitamente quem se enquadra nessa categoria, permitindo uma interpretação mais ampla e inclusiva. O uso de um conceito indeterminado pelo legislador possibilita que à luz das circunstâncias do caso concreto outros grupos de consumidores possam ser incluídos como “hipervulneráveis”, além dos explicitamente mencionados, como pessoas idosas, analfabetos e doentes.

A Lei do Superendividamento e a adoção do conceito de vulnerabilidade agravada permitem, portanto, uma abordagem mais inclusiva e protetiva para os consumidores de crédito. Reconhecer a “hipervulnerabilidade” de todos os consumidores de crédito é um passo importante para garantir uma proteção mais robusta e efetiva, alinhada com os princípios de dignidade e inclusão social que a Lei busca promover.

A interpretação do artigo 54-C da Lei de Superendividamento, especialmente em seu quarto inciso, reforça a necessidade de proteger os consumidores contra práticas abusivas na oferta de crédito. Mesmo sem um dispositivo específico proibindo certas expressões publicitárias<sup>37</sup>, o assédio de consumo permanece relevante e deve ser combatido para preservar a dignidade e os direitos dos consumidores.

Todas as disposições legais mencionadas destinam-se à proteção do consumidor. Contudo, incessante são as investidas dos fornecedores, que usam requintadas estratégias para venda de seus produtos e serviços,

---

<sup>37</sup> O art. 54-C, inciso I, foi vetado e por arrastamento o parágrafo único. Os referidos dispositivos vetados tinham a seguinte redação: “I - fazer referência a crédito ‘sem juros’, ‘gratuito’, ‘sem acréscimo’ ou com ‘taxa zero’ ou a expressão de sentido ou entendimento semelhante; [...] Parágrafo único. O disposto no inciso I do caput deste artigo não se aplica à oferta de produto ou serviço para pagamento por meio de cartão de crédito”. As razões do voto expostas se consubstanciam nos seguintes pontos: “A propositura legislativa estabelece que seria vedado expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não, fazer referência a crédito ‘sem juros’, ‘gratuito’, ‘sem acréscimo’ ou com ‘taxa zero’ ou expressão de sentido ou entendimento semelhante. Entretanto, apesar da boa intenção do legislador, a propositura contraria o interesse público ao tentar solucionar problema de publicidade enganosa ou abusiva com restrição à oferta, proibindo operações que ocorrem no mercado usualmente e sem prejuízo ao consumidor, em que o fornecedor oferece crédito a consumidores, incorporando os juros em sua margem sem necessariamente os estar cobrando implicitamente, sem considerar que existem empresas capazes de ofertar de fato ‘sem juros’, para o que restringiria as formas de obtenção de produtos e serviços ao consumidor. O mercado pode e deve oferecer crédito nas modalidades, nos prazos e com os custos que entender adequados, com adaptação natural aos diversos tipos de tomadores, o que constitui em relevante incentivo à aquisição de bens duráveis, e a Lei não deve operar para vedar a oferta do crédito em condições específicas, desde que haja regularidade em sua concessão, pois o dispositivo não afastaria a oferta das modalidades de crédito referidas, entretanto, limitaria as condições concorrenenciais nos mercados”.

que constituem desafios contínuos às leis. Serve de exemplo desses desafios a agressividade na publicidade de crédito, que se tornou um problema significativo. Os consumidores são constante e agressivamente expostos a ofertas invasivas que muitas vezes são enganosas ou não fornecem todas as informações necessárias para uma decisão informada.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma visão mais holística da proteção do consumidor ajuda a garantir que, mesmo em uma sociedade de consumo e informação, os direitos fundamentais e a dignidade do consumidor sejam respeitados e preservados. A Lei do Superendividamento (Lei 14.181/2021) representa um marco significativo na proteção dos consumidores brasileiros, especialmente em um contexto de alta vulnerabilidade financeira. Embora inicialmente a Lei deva impactar mais fortemente a renegociação e a repactuação de dívidas, seu foco principal é a prevenção do superendividamento por meio da promoção de práticas de crédito responsável.

São flagrantes a repercussão social e o impacto imediato dessas medidas. A Lei do Superendividamento traz dispositivos que beneficiam uma grande quantidade de brasileiros, permitindo uma reestruturação de suas dívidas e oferecendo alternativas para sair da situação de endividamento excessivo. No entanto, a verdadeira transformação social somente será alcançada por meio de uma abordagem preventiva, que inclua ações junto aos consumidores e fornecedores, das quais são exemplos, respectivamente, o combate ao consumo desnecessário, que induz os consumidores a contraírem dívidas que não são essenciais, e o incentivo ao cumprimento do CDC, especialmente através da prestação de esclarecimentos e informações sobre crédito e financiamento.

Como ressaltado acima, a Lei do Superendividamento busca não apenas corrigir desequilíbrios econômicos, mas também assegurar a dignidade e a inclusão social dos consumidores. A prevenção do superendividamento por meio da promoção de crédito responsável e a restrição de práticas publicitárias abusivas são passos essenciais para criar um ambiente de consumo mais justo e equilibrado. A legislação reconhece

a complexidade da vulnerabilidade do consumidor e a necessidade de protegê-lo em todas as dimensões, promovendo assim uma cidadania plena e um consumo mais consciente e sustentável.

A interpretação sistemática do artigo 54-C e a compreensão do alcance de assédio de consumo são essenciais para proteger os consumidores em uma sociedade onde o crédito é uma parte fundamental do desenvolvimento pessoal e econômico. Implementar controles rigorosos sobre a publicidade de crédito e promover a educação financeira são passos indispensáveis para evitar o superendividamento e garantir que os consumidores possam exercer sua autonomia de maneira informada e responsável.

O crédito é um instrumento essencial para o desenvolvimento pessoal e econômico, mas deve ser manejado com responsabilidade. A educação financeira e a transparência na oferta de crédito são fundamentais para prevenir o superendividamento.

Assume igual importância a interpretação sistemática das normas do CDC, da Lei do Superendividamento e da LGPD para criar um ambiente de crédito mais justo e responsável<sup>38</sup>. Proteger os consumidores contra o assédio de consumo e o uso abusivo de seus dados pessoais é indispensável para garantir a dignidade, a privacidade e a autonomia dos consumidores em uma sociedade cada vez mais digital e interconectada.

A Lei do Superendividamento é um marco na proteção do consumidor, trazendo uma nova perspectiva que fortalece sua proteção existencial e patrimonial. A ressignificação do CDC a partir dessa Lei permite uma aplicação mais abrangente e eficaz das normas de defesa do consumidor. A integração dessas diretrizes com a proteção da privacidade e dos dados pessoais reforça a necessidade de um controle rigoroso sobre a oferta de crédito e as práticas de publicidade, garantindo um ambiente de consumo mais justo e responsável.

---

<sup>38</sup> A respeito do indispensável diálogo das fontes, remete-se a MARQUES, Claudia Lima. O “diálogo das fontes” como método da nova teoria geral do direito: um tributo a Erik Jayme. In: MARQUES, Claudia Lima (Coord.). *Diálogo das fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012; MARQUES, Claudia Lima. Diálogo entre o Código de Defesa do Consumidor e o novo Código Civil: do “diálogo das fontes” no combate às cláusulas abusivas. *Revista de direito do consumidor*, v. 45, jan./mar., 2003.