

CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR REINALDO RAMOS/CESREI
FACULDADE REINALDO RAMOS/FARR
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO

JOSÉ HUMBERTO CARDOSO DE QUEIROZ

CRÉDITO CONSIGNADO X SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO

Campina Grande – PB
2014

JOSÉ HUMBERTO CARDOSO DE QUEIROZ

CRÉDITO CONSIGNADO X SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Direito pela Faculdade Reinaldo Ramos.
Área de Concentração: Direito do Consumidor.

Orientador: Prof. Esp. Rodrigo Araújo Reül

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DA CESREI

Q3c Queiroz, José Humberto Cardoso de.
 Crédito consignado X superendividamento do consumidor idoso / José
 Humberto Cardoso de Queiroz. – Campina Grande, 2014.
 51 f.

 Monografia (Graduação em Direito) Faculdade Reinaldo Ramos-FAAR -
 Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos-CESREI.
 Orientador: Prof. Esp. Rodrigo Araújo Reul.

 1. Direito do Consumidor. 2. Crédito Consignado - Idoso. 3.
 Superendividamento do Idoso. I. Título.

CDU 346.548(043)

CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR REINALDO RAMOS/CESREI

FACULDADE REINALDO RAMOS/FARR

CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO

JOSÉ HUMBERTO CARDOSO DE QUEIROZ

CRÉDITO CONSIGNADO X SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO

APROVADO EM ____/____/____

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Esp. Rodrigo Araújo Reül
Orientador

Prof.^a Esp. Yuzianni Rebeca de Melo Sales Marmhoud. Coury

Prof. Esp. Floriano de Paula Mendes Brito Junior

*Aos meus pais, esposa e filhas pela
compreensão, estímulo e amor em todos
os momentos.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pelo dom da vida, pela sabedoria e por ter me conduzido em todos os momentos da minha vida.

Aos meus pais, Genuíno e Josenita, por todo esforço realizado para que esse sonho um dia pudesse se tornar realidade, me apoiando e incentivando em todas as minhas decisões.

A minha esposa Margarete e minhas filhas Sibely e Samara pela compreensão do tempo que tive de me privar da vida familiar.

Aos meus irmãos e familiares, pela torcida da vitória e pelos momentos compartilhados.

Aos amigos que estiveram comigo nessa caminhada, compartilhando sabedoria, incertezas, alegrias.

A meu orientador, Rodrigo Reul, pela disponibilidade e conhecimento transmitido, enriquecendo meus conhecimentos.

“A lei tem por função proteger os fracos contra os fortes.”

(Jena Calais-Auloy)

RESUMO

Na atual sociedade que vivemos, denominada “cultura do consumo”, o crédito tornou-se uma alternativa bastante utilizada por consumidores para adquirirem produtos e serviços, sendo a forma do crédito consignado, o meio mais procurado para tanto. A forma com que é ofertado está gerando o endividamento, uma vez que não são repassados ao consumidor suas verdadeiras características, bem como sua facilidade de aquisição, e sendo assim, as financeiras abusam da boa-fé do consumidor e os mesmos acabam superendividados, pois não possuem renda suficiente para honrar com seus compromissos básicos. O consumidor idoso é o mais atingido por tal prática, tendo em vista sua vulnerabilidade perante o mercado.

O presente trabalho tem por objetivo abordar a necessidade de tratamento diferenciado para consumidores idosos, demonstrar que a oferta indiscriminada do empréstimo consignado está levando os consumidores ao endividamento, e explicar o que se entende por superendividamento, para que dessa forma se alcance um entendimento comum de proteção ao consumidor superendividado.

O trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica, a qual foi baseada em consultas literárias e artigos científicos.

Através desse trabalho percebeu-se que a oferta indiscriminada do crédito sem nenhuma observação a legislação é o principal motivo que enseja o superendividamento, como também se torna necessário a criação de uma legislação específica para que se possa evitar com mais veemência a incidência do superendividamento.

Palavras-chave: Crédito consignado. Consumidor Idoso. Superendividamento.

ABSTRACT

In the present society we live in, called "consumer culture", the credit has become a widely used alternative for consumers to purchase products and services, and the form of payroll loan the most sought for both. The way it's offered is generating the debt, since it is not passed on to consumers their true characteristics and the easy way of acquisition, and so the financial abuse the good faith of the consumers and even end up heavily in debt, not because have enough income to honor their basic commitments. The elderly consumer is most struck by this practice, given its vulnerability to market.

This paper aims to address the need for differential treatment for elderly consumers, demonstrate that the indiscriminate offer of loan payroll is taking consumers into debt, and explain what is meant by over-indebtedness, so that reaching a common understanding of overindebtedness consumer protection.

The study was conducted through literature search, which was based on consultation literary and scientific articles.

Through this work it was noticed that the indiscriminate supply of credit, without any notice legislation is the main reason that motivate the overindebtedness it also becomes necessary to create a specific legislation so that we can avoid more strongly the incidence of overindebtedness.

Keywords: Credit payroll. Consumer elderly. Overindebtedness

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR	15
1.1 CONCEITO DE CONSUMIDOR.....	15
1.2 PRINCÍPIOS QUE NORTEIAM AS RELAÇÕES JURÍDICAS DE CONSUMO..	18
1.2.1 Princípio da Vulnerabilidade.....	19
1.2.1.1 <i>Vulnerabilidade técnica</i>	19
1.2.1.2 <i>Vulnerabilidade jurídica</i>	20
1.2.1.3 <i>Vulnerabilidade econômica ou fática</i>	20
1.2.2 Princípio do dever governamental.....	21
1.2.3 Princípio da harmonização dos interesses dos consumidores e fornecedores e equilíbrio nas relações de consumo.....	21
1.2.4 Princípio da boa-fé objetiva.....	21
1.2.5 Princípio da educação e informação.....	22
2 CONSUMIDOR IDOSO.....	23
2.1 RESTRIÇÕES AO CRÉDITO CONSIGNADO PARA CONSUMIDOR IDOSO....	24
3 CRÉDITO COMO ELEMENTO ENSEJADOR DO ENDIVIDAMENTO.....	24
3.1 CRÉDITO CONSIGNADO.....	26
3.2 CONTRATO DE ADESÃO.....	29
3.3 PUBLICIDADE OFERTADA PARA AQUISIÇÃO DE EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS.....	30
3.4 ENDIVIDAMENTO.....	32
3.5 AUSÊNCIA DE LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA PARA REGULAMENTAR O SUPERENDIVIDAMENTO NO BRASIL.....	33
3.5.1 Prazo especial de reflexão.....	34
3.5.2 Ligação entre o contrato de consumo principal e o contrato de crédito...35	35
3.5.3 O regime especial das garantias pessoais.....	36
3.5.4 O regime especial para o superendividamento.....	36
3.6 SUPERENDIVIDAMENTO.....	37
3.6.1 Superendividamento Passivo e Ativo.....	39
3.6.2 O superendividamento e o código de defesa do consumidor.....	41
4 ENTENDIMENTO DOS TRIBUNAIS	43

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS.....	48

INTRODUÇÃO

Atualmente, em nossa sociedade, formou-se um paradigma da “cultura do consumo”, em que as pessoas são aquilo que consomem, sendo induzidas a contratar produtos e serviços impostos pela sociedade, e dessa forma buscam no crédito a forma mais rápida e acessível de possuir tais produtos ou serviço, uma vez que se não possuírem, sentem-se marginalizados pela sociedade.

Deste modo, houve um grande aumento da utilização do crédito, pois consumidores que não tinham condições reais de adquirir o bem ou o serviço passaram a se utilizar desse meio.

O artigo 192 da Constituição Federal de 1988 estabelece que o crédito seja utilizado para promover o desenvolvimento equilibrado do País e a servir aos interesses da coletividade, contudo o que se vê hoje é sua total distorção para a prática que foi criado.

Os créditos consignados, créditos em folha, tornou-se a modalidade de empréstimos mais usada, devido a sua facilidade de aquisição, rapidez, vez que não se busca restrições do consumidor em entidades de proteção ao crédito, como também existe a forte publicidade nela investida, informando inúmeras vantagens.

Ocorre que, o consumidor assume o contrato sem conhecer o real teor, sem a informação do valor final da contratação, juros, entre outros, bem como essa modalidade de crédito está contida nos contratos de adesão, dessa forma o consumidor não tem a oportunidade de discordar, questionar as cláusulas, pois está em posição de desvantagem devido sua vulnerabilidade, tornando-os endividados.

Pois bem, devido essa busca dos consumidores de sempre adquirirem mais produtos e serviços, a facilidade de aquisição do crédito consignado e a informação incorreta de suas características, o que se observa é o desenvolvimento desequilibrado da sociedade, pois cada dia aumenta mais o número de endividados, que não conseguem arcar com suas dívidas e contraem outros empréstimos para suprir o anteriormente feito, bem como pela falta de informação, entre outras que serão estudadas adiante.

Com essa sistemática surge o chamado novo modelo de endividamento, o superendividamento, que consiste em consumidores que por contraírem tantas dívidas, chegam a um ponto de não conseguirem honrar mais seus compromissos financeiros básicos, ou seja, alimentação, educação, saúde, entre outros.

Em parte, os consumidores são movidos ao superendividamento pela falta de recursos para manter uma vida digna, assim são induzidos a contraírem o crédito para honrar com seus compromissos básicos da vida. E são esses consumidores, os passivos, que necessitam de proteção jurídica, pois em sua grande parte não deram causa ao superendividamento.

Assim, no presente trabalho trataremos, especificamente, do superendividamento de idosos, pois são alvos constantes de financeiras, e por não possuírem capacidade plena do que estão contratando, bem como por motivo de cuidados específicos com a saúde, ou até mesmo por responderem por transações feitas por filhos, netos, acabam por contrair dívidas sem ter como posteriormente arcar com tais.

Dessa forma, diante do explicitado surge a seguinte indagação:

De que forma o crédito consignado está induzindo o consumidor idoso ao superendividamento?

O objetivo geral da problemática é analisar de que forma o crédito consignado está induzindo o consumidor idoso ao superendividamento.

Desse modo surgem os seguintes objetivos específicos: Abordar a necessidade de tratamento diferenciado para consumidores idosos; Demonstrar que a oferta indiscriminada do empréstimo consignado está levando os consumidores ao endividamento; Explanar o que se entende por superendividamento.

A escolha do presente tema e da problemática se justifica na necessidade de contribuir para o aprofundamento do tema no meio acadêmico, uma vez que tal situação está se tornando comum em nosso ordenamento jurídico e dessa forma o que se busca é a atualização e elucidar sobre o tema para que seja dado o tratamento correto, visando à defesa do consumidor.

Dessa maneira não se pode negar a relevância e contribuição jurídica e social do tema, pois se torna necessário o consumidor entender o superendividamento para posteriormente não ser vítima do mesmo.

O presente trabalho científico caracteriza-se como pesquisa exploratória, que de acordo com Gil (2009), tem como objetivo principal o aperfeiçoamento das ideias. Dessa forma, visa proporcionar uma visão geral do fato em questão, uma aproximação, com vistas a torná-lo mais explícito.

A pesquisa será também bibliográfica, uma vez que utilizará a análise e interpretação de livros, periódicos, leis, documentos, artigos científicos,

jurisprudências, etc., que servirão de base teórica ao estudo. A opinião de especialistas na área também é de suma importância, enriquecendo mais o trabalho monográfico, tendo em vista que possuem profundo conhecimento no tema discutido.

Assim, o que se busca com a referida pesquisa é colher ideias de vários doutrinadores para se chegar a uma ideia principal. Conforme Gil (2009) a principal vantagem reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla.

Pois bem, as pesquisas, exploratória e bibliográfica no presente estudo serão utilizadas como forma de elucidar o tema discutido, para que dessa forma possa apresentar um ponto em comum e possivelmente chegar a uma conclusão.

1 SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A Constituição Federal de 1988 dispõe em seu art. 5º, inc. XXXII, que "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor".

Diante de tal prerrogativa, em 1990 foi promulgado o Código de Defesa do Consumidor, lei nº 8.078/90, que estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos artigos 5º, inciso XXXII (princípio da igualdade), artigo 170, inciso V (Princípio da liberdade), da Constituição Federal e artigo 48 de suas Disposições Transitórias, conforme artigo 1º do referido código.

O Código de Defesa do Consumidor surgiu para promover a defesa do consumidor frente à massificação e o avanço do comércio, visando-o proteger por ser parte mais vulnerável da relação de consumo, uma vez que são quase que diariamente lesados devido sua posição de inferioridade na cadeia de consumo.

Neste norte, José Luiz Junior (apud BONATTO 2003, p. 72) expõe que: "[...] as regras de proteção e de defesa do consumidor surgiram, basicamente, da necessidade de obtenção de igualdade entre aqueles que eram naturalmente desiguais".¹

A partir desse norte passaremos a discorrer o presente trabalho. Primeiramente torna-se necessário entendermos o que vem a ser consumidor e os princípios que norteiam a relação jurídica de consumo.

1.1 CONCEITO DE CONSUMIDOR

O artigo 2º caput da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) estabelece: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final".

Dessa forma, o Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 2º procura estabelecer o que seria consumidor, visando à proteção do mesmo frente à

¹O CDC e a necessidade de tutelar a relação de consumo. Disponível em:<<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/2017/O-CDC-e-a-necessidadede-tutelar-a-relacao-de-consumo>>. Acesso em: 28 abril de 2014

denominada sociedade de consumo ou consumismo, onde é grande o volume de aquisição de produtos e serviços.

O Código busca identificar as pessoas que irão receber tratamento diferenciado no ordenamento jurídico.

Segundo o referido artigo consumidor será qualquer pessoa física ou jurídica que utiliza produtos ou serviços como destinatário final, ou seja, utiliza para uso pessoal, não podendo obter lucro dessa aquisição.

Pois bem, diante da expressão destinatário final surge um impasse na doutrina do que venha a ser a mesma, e duas, são as correntes que interpretam tal expressão: a finalista e maximalistas, segundo Sergio Cavaliere Filho (2010).

A corrente finalista (subjéctiva) interpreta a expressão destinatário final no sentido de que apenas o consumidor vulnerável pode ser protegido, ou seja, é aquele consumidor que adquiriu o produto ou serviço para consumo próprio ou da família.

Sobre a doutrina finalista ensina Cláudia Lima Marques:

O destinatário final é aquele destinatário fático e jurídico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação teleológica não basta 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 o uso profissional econômico do bem, seria novamente um instrumento de produção cujo preço seria incluído no preço final do profissional que adquiriu. Neste caso não haveria a exigida destinação final do produto ou serviço. (MARQUES, 2002, p. 253)]

Dessa forma, o que a referida corrente preconiza é que para ser destinatário final tem o consumidor que adquirir o produto para uso próprio, não basta apenas tirar do mercado, não pode ter fins lucrativos.

Conforme explicitado nos dizeres de Cláudia Marques, para a doutrina finalista o consumidor não poderia ser o profissional que adquire um produto para uso em seu escritório, pois ele adquiriu o produto ou serviço com intuito de agregar valor ao seu trabalho, sendo tal valor repassado para os clientes, uma vez que seus serviços vão ter aumento de custo devido à aquisição desse produto, então, o mesmo, não seria o consumidor final, pois não utilizou o produto ou serviço para consumo próprio.

Corroborando com o que foi relatado Maria Eugênia Reis Finkelstein e Fernando Sacco Neto, em sua obra Manual do Direito do consumidor explicitam:

De acordo com essa teoria, a interpretação do artigo 2º do CDC deve ser feita de forma restritiva, à luz dos princípios básicos do Código, levando em conta a posição de vulnerabilidade do consumidor. O consumidor seria o não profissional, mas, sim, aquele que retira o produto ou serviço de circulação, uma vez que o objetivo do Código de Defesa do Consumidor é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável. (FINKELSTEIN e NETO, 2010, p.10)

Para a corrente maximalista, Leonardo de Medeiros Garcia preceitua o seguinte: “O destinatário final seria somente o destinatário fático, pouco importando a destinação econômica que lhe deva sofrer o bem.” (GARCIA, 2010, p. 17).

Claudia de Lima Marques, em seu livro Contratos no Código de Defesa do Consumidor, (2002) preceitua os maximalistas da seguinte forma:

Veem nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor não profissional. O CDC seria um código geral sobre consumo, um código para a sociedade de consumo, o qual institui os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores. A definição do artigo 2º deve ser interpretada o mais extensamente possível, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relações no mercado. Consideram que a definição do artigo 2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço. Destinatário final, então seria o destinatário fático do produto, aquele que retira do mercado e o utiliza, o consome. (MARQUES, 2002, p. 254-255).

Destarte, para os maximalistas, conceito de consumidor está intimamente ligado ao destinatário final, pois mesmo sendo empresas, as mesmas são consumidores, uma vez que utilizam produtos ou serviços para sua manutenção.

Corroborando com o que foi relatado Maria Eugênia Reis Finkelstein e Fernando Sacco Neto explicitam:

[...] Assim, as normas orientadoras do Código de Defesa do Consumidor devem ser interpretadas de forma extensa. [...] Vale dizer, para esta corrente, o conceito de consumidor é amplo, bastando à utilização deste produto ou serviço na condição de destinatário final, sendo certo que não é relevante se a pessoa que adquire o produto ou serviço seja física ou jurídica ou se existe ou

não finalidade lucrativa. O relevante é, pois, a aquisição e a utilização do produto ou serviço. (FINKELSTEIN; SACCO NETO, 2010, p. 11).

O que a corrente maximalista prega é que não importa a destinação que vai ser dada para o produto ou serviço adquirido. A simples prática da aquisição já coloca a pessoa em posição de desvantagem perante o mercado, sendo, pois, tutelado por tal corrente os profissionais que adquirem o produto com a intenção de lucro.

Em nosso ordenamento jurídico a corrente mais utilizada é a finalista, que entendeu que consumidor seria qualquer pessoa física e jurídica, desde que não utilizem o produto ou serviço para fim lucrativo, bem como não utilizem em caráter profissional e especializado.

José Geraldo Brito Filomeno, em sua obra **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**, preceitua consumidor da seguinte forma:

Consoante já salientado, o conceito de consumidor adotado pelo Código foi exclusivamente de caráter *econômico*, ou seja, levando-se em consideração tão-somente o personagem que no mercado de consumo adquire bens ou então contrata a prestação de serviços, como destinatário final, pressupondo-se que assim age com vistas ao atendimento de uma necessidade própria e não para o desenvolvimento de uma outra atividade negocial. (FILOMENO, 2004, p. 27)

Dessa forma, o nosso Código busca a proteção do consumidor de menor potencial perante o mercado, e em vista disso torna-se necessário entendermos a vulnerabilidade do consumidor.

1.2 PRINCÍPIOS QUE NORTEIAM AS RELAÇÕES JURÍDICAS DE CONSUMO

O Código de Defesa do Consumidor enumera pressupostos básicos que devem ser observados pela sociedade e pelo Estado, para que as relações de consumo ocorram de forma equilibrada.

Dessa forma estabelece o artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 4º 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.

Passaremos a analisar alguns dos princípios que norteiam as relações de consumo.

1.2.1 Princípio da Vulnerabilidade

Fez-se necessário entender o conceito de consumidor para podermos dar o tratamento correto quanto a sua proteção no comércio, e sendo assim, uma característica inerente ao mesmo é sua vulnerabilidade.

Vulnerabilidade consiste na posição inferior que o consumidor tem perante as empresas, fabricantes de produtos ou serviços. Diante da necessidade de atender aos anseios dos consumidores tornou-se comum a fabricação de produtos e serviços em larga escala, o que fez com que os consumidores não conhecessem o que estavam adquirindo.

E reconhecendo essa fragilidade o CDC em seu artigo 4º, inciso I explicita o princípio da vulnerabilidade: “I – Reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”.

Deste modo, o que o Código pretende é equilibrar a relação de consumo, protegendo o consumidor e buscando soluções justas e harmônicas.

Corroborando com o que foi dito Leonardo de Medeiros Garcia expõe:

Sobre a vulnerabilidade do consumidor Fabio Konder Comparatto disciplina que “o consumidor, certamente, é aquele que não dispõe de controle sobre os bens de produção e, por conseguinte, consumidor é, de modo geral, aquele que se submete ao poder de controle dos titulares de produção, isto é, os empresários”. (GARCIA, 2010, p. 42)

Pois bem, são 3 (três) as formas básicas de vulnerabilidade do consumidor: Vulnerabilidade técnica, jurídica, econômica ou fática.

1.2.1.1 Vulnerabilidade técnica

Sergio Cavalieri Filho, em sua obra Programa de Direito do Consumidor, 2º Ed. ensina sobre vulnerabilidade técnica da seguinte forma:

[...] decorre do fato de não possuir o consumidor conhecimentos específicos sobre o processo produtivo, bem assim dos atributos específicos de determinados produtos ou serviços pela falta de exatidão das informações que lhe são prestadas. (Sergio Cavalieri Filho, 2010, p. 45).

Aduz a vulnerabilidade técnica aquela em que a pessoa que adquire o produto ou serviço não possui conhecimento específico sobre o bem que está adquirindo, sendo mais facilmente enganado. Portanto, perante sua posição de fragilidade não tem como reconhecer se o produto ou serviço que está adquirindo possui vício ou defeito, uma vez que não tem acesso ao processo de fabricação e criação do produto, e dessa forma o consumidor apenas pode confiar na boa-fé do fabricante.

1.2.1.2 *Vulnerabilidade jurídica*

Finkelstein e Sacco Neto conceituam vulnerabilidade jurídica da seguinte forma: “O legislador reconhece que o consumidor médio não possui meios de analisar o contrato de consumo que está celebrando com o fornecedor, devendo, pois, ser protegido”. (FINDELSTEIN E SACCO NETO, 2010, p. 16).

O consumidor não possui conhecimentos específicos do que está contratando, tornando-se refém das grandes empresas, uma vez que não detém argumentos técnicos para discutir com o fornecedor, ao contratar o produto ou serviço, ou até mesmo numa discussão perante demanda judicial.

1.2.1.3 *Vulnerabilidade econômica ou fática*

Claudia Lima Marques descreveu a vulnerabilidade econômica da seguinte forma: “O fornecedor que por sua posição de monopólio, fático ou jurídico, por seu grande poder econômico ou em razão da essencialidade do serviço, impõe sua superioridade a todos que com ele contratam”. (MARQUES, 2002, p. 273)

Esse tipo de vulnerabilidade representa a disparidade na relação de consumo, entre o fornecedor e o consumidor, pois devido a sua posição de superioridade impõe aos consumidores sua vontade, e sendo assim consumidores se veem na obrigação de aceitar a forma com que tal produto ou serviço vai ser viabilizado no

mercado, se submetendo a condições fixadas pelas mesmas. Então o estado precisa intervir para harmonizar as relações.

1.2.2 Princípio do dever governamental

O referido princípio, previsto no inciso II do artigo 4º do CDC, tem como base a intervenção do estado na proteção do consumidor, competindo ao mesmo regular às relações de consumo por meios legislativos e administrativos, visando à proteção do elo mais fraco, o consumidor.

Corroborando com o mencionado temos o seguinte ensinamento de Leonardo de Medeiros Garcia:

Compete ao Estado proteger efetivamente o consumidor, intervindo no mercado para evitar distorções e desequilíbrios, zelando pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade e segurança, bem como de durabilidade e desempenho. (GARCIA, 2010, p. 43)

Nesse sentido, o Estado atua como um agente mediato na proteção dos consumidores, vez que essas entidades têm personalidade jurídica para fazê-lo.

É o que se observa em entidades como O PROCOM, que se trata de órgão público de defesa do consumidor. Também poderia se ventilar a criação de associações para buscar resguardar os direitos consagrados aos consumidores.

Destarte, mormente por se cuidar de direito de segunda dimensão, em que se busca o ideal de igualdade, deve o Estado atuar com ações positivas, comissivas, para que essa igualdade seja efetivamente respeitada.

1.2.3 Princípio da harmonização dos interesses dos consumidores e fornecedores e equilíbrio nas relações de consumo

Descrito no artigo 4º, inciso III o referido princípio busca a harmonia no mercado, de um lado tem o consumidor, potencialmente mais fraco, mas que necessita de produtos e serviços no seu dia-a-dia, do outro lado tem o fornecedor, que oferta tais produtos e serviços e que necessitam do consumidor para obter renda e produzir mais.

Bem como o equilíbrio nas relações de consumo, onde o legislador buscará analisar cada caso concreto para não permitir abusos, obrigações injustas, ou que afronte o princípio da boa-fé.

Deste modo, o princípio busca compatibilizar as necessidades dos consumidores e fornecedores, para o desenvolvimento econômico e tecnológico e constituir uma relação equilibrada.

1.2.4 Princípio da boa-fé objetiva

O referido princípio preconiza que toda relação de consumo deve se basear na confiança, na lealdade, a fim de coibir abusos.

Para Leonardo de Medeiros Garcia:

A boa-fé objetiva estabelece um dever de conduta entre fornecedores e consumidores no sentido de agirem com lealdade (*treu*) e confiança (*glauben*) na busca do fim comum, que é o adimplemento do contrato, protegendo assim, as expectativas de ambas as partes. (GARCIA, 2010, p. 45)

Pois bem, o referido princípio preconiza o equilíbrio das relações contratuais, não permitindo assim contratos de má-fé, que venham a causar prejuízo, tendo a boa-fé que está presente em todo o momento da relação de consumo, começo, meio e fim.

Corroborando com o relatado temos o ensinamento de Rizzatto Nunes (2005, p. 128): “É um princípio que visa garantir a ação sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão a ninguém, cooperando sempre para atingir o fim colimado no contrato, realizando o interesse das partes”.

1.2.5 Princípio da educação e informação

O referido princípio faz menção ao dever do Estado, particulares e Órgãos de Defesa do Consumidor a promoverem a educação e informação do consumidor, pois só dessa maneira é que se pode coagir o abuso do direito, uma vez que a educação e informação do consumidor são peças chave para que se possa estabelecer uma relação de consumo consciente, baseada na boa-fé, na harmonia dos interesses.

Sobre o tema Finkelstein e Sacco Neto expõe:

[...] somente o consumidor bem informado e educado poderá propiciar o amadurecimento das relações de consumo, na medida em que o consumidor passa a ser mais exigente e consciente, exercendo, assim, a sua dignidade como pessoa humana. (FINKELTEIN e SACCO NETO, 2010, p. 26)

Deste modo, o princípio busca educar os consumidores para que hajam de forma consciente, buscando seus direitos e obedecendo a seus deveres no mercado de consumo, e sendo assim, originaria uma sociedade mais justa e equilibrada.

2 CONSUMIDOR IDOSO

Segundo a Lei Nº 10.741/2003, mais conhecida como Estatuto de Idoso, idoso é toda pessoa com idade igual ou superior a 60 anos, utilizando-se do critério etário, assim como o Código Civil de 2002.

Assim, no presente trabalho focaremos neste grupo da sociedade que está sendo fortemente atacada por empresas financeiras de crédito, e que merece proteção.

Imperioso destacar primeiramente é sua vulnerabilidade perante o mercado. Dessa forma procuramos entender essa vulnerabilidade nos dizeres de Cláudia Lima Marques:

Tratando-se de consumidor “idoso” (assim considerado indistintamente aquele cuja idade está acima de 60 anos) é, porém, um consumidor de vulnerabilidade potencializada. Potencializada pela vulnerabilidade fática e técnica, pois é um leigo diante de um especialista organizado em cadeia de fornecimento de serviços, um leigo que necessita de forma premente dos serviços, perante a doença ou à morte iminente, um leigo que não entende a complexa técnica atual dos contratos cativos de longa duração denominados de planos de serviços de assistência à saúde ou assistência funerária. (MARQUES, 2002, p. 322)

Assim sendo, a vulnerabilidade do idoso está associada à fragilidade da própria vida diante de empresas que utilizam essas características para poder se sobressair no comércio.

Visando essa proteção o artigo 230 da CF/88 preceitua:

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.

Com o intuito de reforçar o que foi dito pelo referido artigo foi criada a Lei nº 10.741/03, Estatuto do Idoso, que preleciona sobre os direitos fundamentais dos idosos.

Conforme explicita o referido artigo e a Lei, a proteção do idoso está baseada na sua dignidade, pois são pessoas que já estão no fim da vida, e contribuíram substancialmente para o país e se veem cerceadas de praticar alguns atos da vida, devido suas fragilidades.

O Código de Defesa do Consumidor nasce da necessidade de colocar o fornecedor e o consumidor em igualdade na relação de consumo. Assim, o CDC visa proteger a todos os consumidores de forma que os idosos apresentam uma vulnerabilidade potencializada agravada pela sua condição perante os outros consumidores.

No envelhecimento as alterações biológicas tornam o idoso menos capaz de manter a homeostase quando submetido a alguma fator de estresse, tornando-o mais susceptível ao adoecimento, morte e crescente vulnerabilidade.

É nítida a questão de vulnerabilidade que o idoso possui em relação aos consumidores em geral. Este idoso é mais facilmente atraído por planos de saúde, por empréstimos consignados bem como, por publicidades abusivas e/ou enganosas com a oferta de produtos que prometem, entre outros absurdos, retardar o envelhecimento, por exemplo.

Percebeu-se neste trabalho que o consumidor idoso sofre, principalmente, com as questões envolvendo instituições financeiras, aderindo muitas vezes sem entender do que se trata, aos créditos consignados que virão a ser descontado mensalmente das respectivas contas correntes.

Estes contratos de crédito consignado muitas vezes são assinados utilizando a facilidade de manipulação dos idosos pela sua condição de hipervulneráveis. Prática lamentável, mas corriqueira. Apesar de que, dentro do Poder Judiciário os

idosos tem direito a tramitação preferencial em razão da idade, onde muitas vezes na hora de revisar tais contratos saem prejudicados.

2.1 RESTRIÇÕES AO CRÉDITO CONSIGNADO PARA CONSUMIDOR IDOSO

Com o intuito de promover a inclusão social o governo editou a instrução normativa nº 28, que dispõe as normas de empréstimos consignados para aposentados e pensionistas, e determina que o idoso só poderá comprometer 30% (trinta por cento) do valor da aposentadoria ou pensão.

Com isso o governo proporcionou as financeiras um meio fácil e seguro de aquisição de empréstimos, pois os descontos são realizados em folha, onde é o próprio INSS quem repassa os valores contratados.

Em julho de 2010, o IBGE lançou a publicação “Perfil dos idosos responsáveis pelos domicílios no Brasil – 2000”, e verificou-se que 62,4% (sessenta e dois vírgula quatro por cento) dos idosos eram responsáveis pelos domicílios brasileiros. As financeiras, notando tal aspecto e também se aproveitando da vulnerabilidade dos mesmos, começaram a investir na prática de empréstimos consignados, ofertando vantagens que quase sempre não condiz com a realidade.

Assim, diante da facilidade da oferta do crédito ao idoso e bem como as estatísticas informando que os consumidores idosos hoje estão responsáveis pelo lar, às financeiras notaram nessas características uma segura fonte de lucro.

Dessa forma, os idosos são alvos das financeiras para adquirir os empréstimos consignados, e acabam contratando sem saber o que realmente significa tal contratação para sua renda e acabam se endividando, afetando a saúde financeira dos mesmos e gerando problemas sociais.

Portanto, os consumidores idosos são levados ao endividamento e, por conseguinte ao superendividamento.

Deste modo, passaremos a analisar o crédito, motivo ensejador do trabalho.

3 CRÉDITOS COMO ELEMENTO ENSEJADOR DO ENDIVIDAMENTO

O crédito surgiu com o intuito de promover o desenvolvimento equilibrado do país e a servir aos interesses da comunidade (artigo 192 da CF).

Nesse diapasão, o Estado promove o crédito como forma de alavancar seu desenvolvimento, pois mais crédito no mercado é sinal de que consumidores estão adquirindo cada vez mais, o que faz com que a economia circule e, por conseguinte aumente o capital do país.

Segundo o Banco do Brasil:

Crédito é um termo que traduz confiança, e deriva da expressão 'crer', acreditar em algo, ou alguém. O crédito, sob o aspecto financeiro, significa dispor a um tomador, recursos financeiros para fazer frente a despesas ou investimentos, financiar a compra de bens, etc.²

O crédito financeiro, que analisaremos no presente trabalho, é ofertado por empresas e bancos, para consumidores que almejam ou carecem adquirir de forma rápida certo tipo de produto ou serviço e não possuem meios para tanto.

Pois bem, nessa ótica, com o advento da globalização e a massificação do comércio, a necessidade de se sentir incluída na mesma, fez com que consumidores passassem a utilizar o crédito ao consumo para adquirir produtos de necessidades básicas, como alimentação, vestuário, saúde ou simplesmente para usufruir de conforto.

Para Cláudia Lima Marques (2006, p. 256) “consumo e crédito são duas faces da mesma moeda, vinculados que estão no sistema econômico e jurídico de países desenvolvidos e de países emergentes como o Brasil”.

Dessa forma, o crédito e consumo caminham juntos, pois os fornecedores de crédito, as instituições financeiras, veem no consumo uma alavanca para seu desenvolvimento, e os consumidores veem no crédito um meio acessível para dispor suas necessidades, sejam básicas ou de mero conforto.

O que se verifica é que o crédito ao consumo incitou as pessoas para que se portassem como pessoas de poder aquisitivo elevado, mesmo não fazendo jus. Corroborando com o explicitado, Geraldo de Faria Martins da Costa (2002, p. 88) preconiza: “Sim, o crédito permite ascender a um nível de vida superior. Permite adquirir sem esperar”.

O crédito passou a ser utilizado como um meio de inclusão na classe social em que decidiu viver.

² **O que é crédito?.** Disponível em: <[http://www.bb.com.br/portalbb/page251, 8900, 8923, 0, 0, 1,0. BB?codigomenu=5415&codigoNoticia=8133](http://www.bb.com.br/portalbb/page251,8900,8923,0,0,1,0.BB?codigomenu=5415&codigoNoticia=8133)>. Acesso em: 28 fevereiro 2014.

Eduardo Antonio Andrade Amorim em seu artigo explicita:

Atualmente, o que se vê no Brasil é uma inteira deformação da função social do crédito. Os lucros das instituições financeiras são elevadíssimos e as taxas de juros são fixadas em percentuais desproporcionais de modo a colocar o consumidor em posição extremamente desvantajosa. A função social do crédito, que seria de promover o desenvolvimento econômico e equilibrado do país e a servir aos interesses da coletividade (art. 192 da CF/88), como objetivo do Sistema Financeiro Nacional, não está sendo respeitada.³

No mesmo sentido Geraldo de Faria Martins da Costa (COSTA, 2002, p. 89) expõe: “O crédito, apresentado como possibilidade para todos os consumidores de ter acesso aos produtos oferecidos pela sociedade da abundância, se transforma em um mecanismo de exclusão social”.

Então, pelo exposto, se percebe que o crédito não é praticado com o intuito para o qual foi criado hoje, o crédito é utilizado como meio de adquirir lucro fácil.

Após um breve resumo do que vem a ser crédito, passaremos a analisar um dos meios de crédito mais utilizados por pessoas físicas, qual seja, o crédito consignado.

3.1 CRÉDITO CONSIGNADO

Anteriormente o crédito consignado só era ofertado para funcionários públicos federais, contudo a Lei n. 10.820 que entrou em vigor em 17 de dezembro de 2003 autorizou os empregados regidos pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT a serem contemplados com possibilidade de aquisição do mesmo, dispondo assim sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento para pagamentos dos valores referente a empréstimos, financiamentos e operações de arrendamento mercantil, conforme artigo 1º da referida lei.

Em seu artigo 2º, § 2º dispôs sobre a limitação para aquisição do crédito consignado:

§ 2º No momento da contratação da operação, a autorização para a efetivação dos descontos permitidos nesta Lei observará, para cada mutuário, os seguintes limites:

³ **O superendividamento do consumidor.** Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/revista/texto/17597>>. Acesso em: 28 abril 2014.

- I - a soma dos descontos referidos no art. 1º desta Lei não poderá exceder a trinta por cento da remuneração disponível, conforme definida em regulamento; e
- II - o total das consignações voluntárias, incluindo as referidas no art. 1º, não poderá exceder a quarenta por cento da remuneração disponível, conforme definida em regulamento.

Dessa forma, as instituições financeiras têm que observar na lei o limite máximo de descontos que poderão efetuar na folha de pagamento do consumidor. O percentual de até 30% para empréstimo realizado de uma única vez e o limite percentual de até 40% para empréstimos avulsos.

Assim, o consumidor poderá realizar um empréstimo com a financeira dispondo de 30% dos seus rendimentos, caso utilizado em uma única vez, contudo, se forem realizados vários empréstimos avulsos o consumidor poderá comprometer até 40% dos seus rendimentos.

Posteriormente, em 2004, o artigo 6º da referida lei foi alterado pela lei 10.953/04, que consentiu a aposentados e pensionistas do regime da previdência social autorizar o INSS a efetuar desconto em folha de pagamento de empréstimos.

Percebendo o aumento da aquisição desse tipo de crédito, por aposentados e pensionistas, a previdência instituiu a instrução normativa nº 28/2008 que dispõe sobre todas as regras para concessão de empréstimo consignado a aposentados e pensionistas do INSS.

A instrução normativa descreve que os aposentados e pensionistas só poderão comprometer 30% do seu rendimento, sendo até 20% para operações de empréstimos pessoais e até 10% para cartão de crédito, conforme dispõe o artigo 3º, § 1º, alínea a e b, da referida instrução normativa:

- Art. 3º - § 1º Os descontos de que tratam o caput não poderão exceder o limite de 30% (trinta por cento) do valor da renda mensal do benefício, considerando que o somatório dos descontos e/ou retenções não exceda no momento da contratação, após a dedução das consignações obrigatórias e voluntárias:
- a) até 20% (vinte por cento) para as operações de empréstimo pessoal; e
 - b) até 10% (dez por cento) para as operações de cartão de crédito.

Os juros cobrados para aquisição do crédito consignado, por aposentados e pensionistas, são de 2,5% ao mês, para o empréstimo, e 3,5% ao mês, para o cartão consignado.⁴

Após entrar em vigor a Lei 10.820/03, o crédito consignado tornou-se a modalidade mais praticada para aquisição de crédito pessoal, também conhecido como empréstimo consignado.

Passou a ser um meio largamente explorado pelas financeiras por ser uma transação segura, pois é garantia de que vai receber o valor emprestado, uma vez que o dinheiro é descontado automaticamente da folha de pagamento do consumidor para o credor.

Em contrapartida os consumidores passaram a se utilizar do mesmo, pois é um empréstimo de fácil e rápida aquisição, uma vez que na maioria dos casos as financeiras não consultam os Órgãos de Restrições ao Crédito, bem como o grande número de parcelas em que o valor é dividido para realização futura do pagamento e a suposta baixa taxa de juros.

Outra característica importante desse tipo de empréstimo é a forma com que é oferecido para os consumidores, geralmente são ofertados na modalidade dos chamados contratos de adesão, em que não é oportunizado aos consumidores discordarem das cláusulas predispostas, pois as cláusulas foram feitas pelos fornecedores, e por consequência, acarretarão mais vantagens para a parte que elaborou o contrato, ou seja, os bancos e as instituições financeiras.

Nesse sentido Rizzato Nunes preleciona:

Dentre as características mais marcantes desses contratos a mais marcante é a sua estipulação unilateral pelos fornecedores, que, adotando modelo prévio, estudado e decidido por conta própria, os impõem a todos os consumidores que quiserem – ou precisem – adquirir seus produtos e serviços. (NUNES, 2005, p. 586)

Dessa forma, o que se percebe é que não cabe ao consumidor discordar do que está disposto no contrato, e sendo assim ao se encaminhar a uma instituição financeira o consumidor torna-se preso as cláusulas dispostas, sendo que, por vezes

⁴ Instrução Normativa INSS/PRES nº 28, de 16 de maio de 2008. Disponível em: <<http://www81.dataprev.gov.br/sislex/paginas/38/inss-pres/2008/28.htm>>. Acesso em: 28 abril 2014.

tais cláusulas lhe trazem prejuízos, mas como de alguma forma precisa adquirir o crédito, se sujeitam as mesmas.

3.2 CONTRATO DE ADESÃO

Anteriormente, o contrato era celebrado pelas partes em comum acordo, em que as mesmas expunham suas pretensões e deveres e se chegava a um comum acordo. Existia a preocupação de atender as necessidades das duas partes, para se evitar um conflito futuro.

Ocorre que, o contrato foi se modificando para atender as necessidades da sociedade, pois a dinamização das relações carecia de um modelo de contrato que fosse realizado de forma ágil, surgindo assim o contrato de adesão que se tornou típico das sociedades de consumo, uma vez que representava uma uniformidade nas relações, bem como a redução de custos para os fornecedores.

Neste sentido Pablo Stolze Gagliano preceitua: “O contrato sofreu sensível transformação ao longo do século XX, havendo experimentado um inegável processo de solidarização social, adaptando-se à sociedade de massa que se formava”. (GAGLIANO, 2006, p. 05)

O contrato de adesão tem por característica a vontade unilateral do fornecedor, sendo os consumidores obrigados a aceitar o mesmo, caso queiram contratar algo.

Leonardo de Medeiros Garcia preconiza o contrato de adesão da seguinte forma:

Ao contrário do contrato de comum acordo (contrat de gré à gré) em que as partes negociam cláusula a cláusula, contrato de adesão é aquele cujas cláusulas são aprovadas por autoridade competente (cláusulas gerais para o fornecimento de água, energia elétrica etc.), não podendo o consumidor recusá-las; ou estabelecidas pelo fornecedor de modo que o consumidor não possa discuti-las ou modificá-las substancialmente, cabendo-lhe somente o poder de aderir ou não ao contrato como um todo. (GARCIA, 2010, p. 349)

No referido tipo de contrato, o consumidor é posto em posição desconfortável uma vez que não é ofertado ao mesmo a opção de discordar das cláusulas pré-dispostas, ficando assim obrigado a aceitar tudo que está redigido.

Por essa característica de ser formado de forma unilateral, o Código de Defesa do Consumidor apresenta em seu artigo 54, legislação específica para as relações consumeristas celebradas através de contrato de adesão:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

§ 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato;

§ 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressalvando-se o disposto no § 2º do artigo anterior;

§ 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor;

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

Dessa forma, a legislação busca proteger o consumidor vulnerável na relação, e coibir práticas desleais dos fornecedores que empregam o contrato de adesão.

Vale registrar que os chamados créditos consignados são ofertados por meio de contratos de adesão.

3.3 PUBLICIDADE OFERTADA PARA AQUISIÇÃO DE EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS

Há que ressaltar a publicidade investida nesse tipo de transação. Muitas são as vantagens oferecidas, garantias de uma vida tranquila. Dessa forma os consumidores se sentem atraídos para contratar tal serviço, pois veem no mesmo à possibilidade de uma vida supostamente estável.

E sobre essa ótica o CDC protege o consumidor mais vulnerável, estabelecendo especificidades no momento de ofertar um contrato para aquisição do débito. Deste modo o artigo 52 do CDC preconiza:

Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

- I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
- III - acréscimos legalmente previstos;
- IV - número e periodicidade das prestações;
- V - soma total a pagar, com e sem financiamento.

Em comentário ao referido artigo Garcia preceitua o seguinte:

Estabelecer uma relação transparente é importante para que o consumidor verifique quanto de seu orçamento familiar ficará comprometido com o financiamento ou como crédito, podendo avaliar de forma mais prudente e concreta se terá reais condições de arcar com a dívida, evitando assim a inadimplência e o chamado superendividamento. (GARCIA, 2010, p. 341)

Portanto, o Código de Defesa do Consumidor tem o intuito de proteger o consumidor, para lhe garantir informação clara do que está contratando, para que possa analisar coerentemente sua situação financeira para não incidir em erro no momento da contratação do serviço e acabar por comprometer sua renda.

Mas, o que se observa são instituições financeiras oferecendo inúmeras vantagens sem explicitar o real valor de juros, encargos, e acaba por induzir o consumidor a adquirir o crédito sem conhecer suas reais características.

E observando essa manobra das instituições financeiras o CDC descreve em seu artigo 37 § 1º: “É enganosa qualquer modalidade de informação [...] capaz de induzir em erro o consumidor.”

Bem como em seu inciso IV do artigo 6º dispõe:

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

Há que ressaltar a forte publicidade investida nesse tipo de serviço, muitas são as vantagens oferecidas, diariamente pessoas são bombardeadas com promessas de uma vida melhor, e analisando a sociedade em que vivemos onde a carência de produtos básicos a vida é ampla, tais consumidores acabam sendo induzidos ao erro, pois imaginam que ao adquirir o devido crédito sua vida tomará novo rumo, mas não é o que acontece e acabam caindo em uma armadilha do comércio.

Geraldo de Faria Martins da Costa preleciona:

Iludido pela publicidade matreira, o consumidor é psicologicamente condicionado pela ideia “por que não eu?” ou pelos refrãos “você pode comprar”, “compre tudo, imediatamente tudo”. Pagar parcelado tornou-se um hábito, ou até uma forma boa de viver. (COSTA, 2002, p. 88)

Portanto, diante da facilidade de aquisição e da publicidade investida para contratação do empréstimo consignado consumidores estão adquirindo cada dia mais empréstimos e são levados ao endividamento.

3.4 ENDIVIDAMENTO

Endividamento tornou-se um problema crônico das sociedades modernas, devido à cultura do consumo, conforme relatado anteriormente.

O crédito passou a ser utilizado para pagamento de despesas do dia, bem como para adquirir produtos ou serviço que satisfaça o seu bem-estar.

A característica de o empréstimo consignado ser dividido para quitação em inúmeras parcelas futuras leva o consumidor a adquirir bem e serviços desnecessários. E sendo assim, não analisam os gastos futuros ou um possível comprometimento do seu salário por um caso fortuito que venha a acontecer.

E é a partir dessas características que surge o endividamento do consumidor. É o momento em que o consumidor não consegue honrar com seus compromissos básicos, pagamento de água, luz, entre outros, devido seu salário estar comprometido em sua maior parte por parcelas dos empréstimos.

Outra característica que leva ao endividamento é a obtenção de outro empréstimo para saldar um anteriormente solicitado, tornando um ciclo vicioso em que o consumidor dificilmente conseguirá sair sem acionar o judiciário.

A categoria mais prejudicada com a aquisição do empréstimo consignado são os idosos, pois são potencialmente mais vulneráveis e hipossuficientes no mercado de consumo.

Os idosos são levados ao endividamento por questões como saúde, onde precisam se utilizar de tal meio para que possa adquirir um remédio, por exemplo, pois não possuem renda suficiente para tanto. Como também são responsáveis por financiar a aquisição do crédito para familiares. Assim, o idoso se tornou alvo preferido das instituições financeiras.

Percebendo essa fragilidade dos consumidores idosos, os órgãos de proteção ao consumidor e a justiça já vem se manifestando sobre o assunto, como expõe José Raimundo Passos Campos em seu artigo:

A Defensoria Pública da Bahia requereu, em ação civil pública, que instituições financeiras somente façam empréstimos consignados a beneficiários da Previdência Social, a pessoas idosas e analfabetas se os respectivos contratos forem registrados em cartório de registro público.⁵

Com esse posicionamento a justiça está querendo resguardar de forma mais contundente os consumidores idosos, que por muitas vezes são vítimas de falsários que batem a sua porta oferecendo inúmeras vantagens e são levados a contratar um serviço sem saber realmente o conteúdo do contrato.

Outra característica do endividamento, de uma forma geral, que se percebe é a renovação do empréstimo sem o consentimento do consumidor, onde as instituições financeiras renegociam a dívida sem que haja a anuência do consumidor para tanto, bem como a prática da incidência de juros sobre juros, que é proibida de acordo com o artigo 4º do Decreto-lei nº 22.626/1993.

É fato notório o crescente número de consumidores que não conseguem honrar com seus compromissos financeiros por terem caído na armadilha do crédito e acabam assim superendividados.

3.5 AUSÊNCIA DE LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA PARA REGULAMENTAR O SUPERENDIVIDAMENTO NO BRASIL

Como exposto no presente trabalho, o Brasil não possui lei específica para tratar dos casos de superendividamento, tornando-se desejável a criação de algumas normas para tentar diminuir a incidência do superendividamento em nosso país, tomando por base o Direito Francês, o *Code de La Consommation*, que possui lei específica para tais casos.

As regras seriam as seguintes: o prazo especial de reflexão, ligação entre o contrato de consumo principal e o contrato acessório crédito, o regime especial das

⁵ **Juiz determina que empréstimos consignados para idosos analfabetos sejam feitos em cartório.** Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/16788>>. Acesso em: 02 Maio 2014

garantias pessoais e o regime especial de tratamento das situações de superendividamento. Dessa forma passaremos a analisá-las.

3.5.1 Prazo especial de reflexão

Com esta regra, o que o legislador pretende é oferecer oportunidade ao consumidor de analisar mais detalhadamente o que irá contratar, pois, muitas vezes são induzidos pela publicidade, pela promessa de uma vida melhor, são abordados no meio da rua, em suas casas, e acabam pelo impulso e pelos supostos benefícios contratando o empréstimo.

Para Geraldo de Faria Martins Costa:

Esta técnica é utilizada para a proteção dos interesses do consumidor nos casos em que seu livre arbítrio estiver particularmente em perigo, como no caso das vendas a domicílio ou no caso do crédito ao consumo. O tempo é utilizado como fator de equilíbrio da relação. (COSTA, 2002, p. 90)

Então, o que essa regra pretende é dar chance ao consumidor, passado o momento de euforia, analisar se realmente necessita adquirir, e o quanto de sua renda vai ficar comprometido.

Assim, o consumidor tem um prazo para refletir, para se retratar, analisando se aceita ou não, e somente após esse prazo o credor disponibilizará o crédito para o consumidor.

Corroborando com o explanado temos o seguinte entendimento:

O 'sim' que foi dado pelo consumidor e que se manifestou por uma assinatura em contrato pré-redigido, esta simples expressão aparente de vontade não poderia ter o valor jurídico de uma aceitação, quando o legislador admite que nenhuma reflexão o procedeu. A faculdade de retratação permite simplesmente ao consumidor refletir calmamente sem ser agredido nem seduzido pelo profissional [...]. se ele estimar que não tem necessidade de contratar, pelo exercício de sua faculdade de retratação, ele manifesta sua vontade real, anulando o 'sim' inicial, negando-lhe todo valor jurídico: o contrato não foi formado por falta de consentimento. (COSTA, 2002, p. 94)

O que essa regra pretende é resguardar o consumidor de comprometer sua renda com algo que seria desnecessário, evitando assim o superendividamento.

3.5.2 Ligação entre o contrato de consumo principal e o contrato de crédito

A seguinte regra faz jus aos casos em que o consumidor vai adquirir um produto ou serviço e o estabelecimento propõe que o mesmo seja realizado por meio de crédito, assim temos a seguinte situação hipotética: o consumidor se dirige a um estabelecimento para comprar um sofá e no momento da compra o vendedor oferta que a mesma seja realizada através de crédito. O consumidor assume duas obrigações sem ter real ciência do que está assinando.

O consumidor paga as parcelas da compra do sofá, mas passados alguns dias o sofá não chega à sua residência, então tenta cancelar a compra, mas a fornecedora do crédito se nega a praticar tal ato, informando que o problema seria da loja que não forneceu o produto.

O que acontece é oposição da financeira em cancelar a compra, tendo como argumento que ela cumpriu a sua de fornecer o crédito.

Temos assim o seguinte entendimento de Costa *apud* professor Montpellier (2002, p. 99):

O comprador nunca entrou em contato direto com o estabelecimento de crédito. A prática é corrente. O vendedor propõe o crédito ao comprador, faz-lhe assinar os documentos necessários e recebe diretamente o montante do empréstimo. O cliente assume dois contratos, mas ele não está consciente disto, pelo menos se ele for, como de ordinário, um consumidor que ignora as sutilezas da vida de negócios. Ele não tem, nem pode compreender a fria lógica que o obriga a pagar o empréstimo enquanto o objeto não lhe foi entregue. (2002, p. 99).

Nesta regra o que se observa é a necessidade de vinculação entre o contrato principal e o contrato de crédito, pois o consumidor não foi informado no momento da aquisição do produto que estaria contratando com duas empresas diferentes.

Assim, a necessidade de vincular o contrato principal ao de crédito é de suma importância, uma vez que dessa forma o cliente teria condições de se opor ao contrato, extinguindo ambos, sem a necessidade de uma demanda judicial para provar que agiu de boa-fé, pois não queria contratar com a financeira, mas sim apenas adquirir um produto.

Então, o que se pretende com a referida regra é que somente após o cumprimento da obrigação do estabelecimento comercial o crédito seja liberado.

3.5.3 O regime especial das garantias pessoais

Frequentemente para adquirir um crédito à instituição financeira exige um fiador, que consiste em uma pessoa que assumirá tal dívida caso o tomador não possa adimplir como contratado.

Quase que na maioria das vezes as pessoas são fiadoras de algum consumidor, mas não sabem o real tamanho da obrigação que estão assumindo.

Neste sentido Costa (2002, p. 103) expõe: “É preciso que eles sejam claramente informados sobre as condições da operação de crédito, considerando-se que eles normalmente não conseguem medir a extensão do risco que assumem”.

Notando essa característica a regra visa proteger o fiador, impondo que o mesmo faça uma menção manuscrita de toda a obrigação que está assumindo, como nome, o quantum da dívida será pago, os juros, se obrigando a pagar, caso o tomador não assuma seu compromisso.

Tem-se também a obrigação de ser previamente informado do inadimplemento por parte do tomador, oferecendo ao fiador oportunidade de ficar ciente do que está ocorrendo e só assim poderá ser acionado.

Deste modo a referida regra busca procurar um meio para que as obrigações assumidas pelos consumidores sejam assumidas integralmente e por consequente fazer com que os mesmos analisem coerentemente antes de adquirir o empréstimo.

3.5.4 O regime especial para o superendividamento

O regime especial para superendividamento no Direito Francês visa proteger de todas as formas o consumidor e precipuamente veem na publicidade o meio que mais induz o consumidor a adquirir crédito indiscriminadamente, e nesse sentido temos o entendimento de Costa (apud Jean Calais-Auloy, p. 110): “Tratando das medidas de prevenção do superendividamento, defende a tomada de providências ‘mais radicais’, como a interdição da publicidade para o crédito”.

Observa-se igualmente a instituição do prazo de reflexão, conforme já relatado anteriormente.

A proibição da atividade de intermediário, que consiste na vedação das pessoas que se propõem mediante remuneração a defender o consumidor endividado, por exemplo, escritórios de advocacia.

A construção de um fichário nacional de recenseamento das informações sobre os incidentes de pagamento, disponível somente para fornecedores de crédito para que possam verificar a capacidade de pagamento dos consumidores.

Cabe ao direito dar tratamento das situações de superendividamento, e sendo assim Geraldo de Faria Martins da Costa (2002, p. 114) expõe: “Tratar as situações de superendividamento é acordar ao devedor prazo de pagamento, até mesmo remissões de dívidas, de maneira a evitar sua ruína completa e se, possível, a restabelecer sua situação”.

Neste sentido o legislador visa estabelecer de forma harmônica uma posição em que tanto o consumidor, quanto o fornecedor não saiam prejudicados da relação.

Deste modo, após analisados todos os requisitos para admissibilidade da demanda, quais sejam, ser pessoa física, ter agido de boa-fé, ter seus rendimentos comprometidos, prejudicando a aquisição de bens necessários a vida, é realizada conciliação, em que a comissão decidirá qual forma mais viável que encontrarão para reinserir o superendividado ao meio social.

Neste sentido Costa preconiza:

A comissão pode recomendar adiamentos ou escalonamentos das dívidas por um prazo máximo de oito anos ou metade do que resta sobre os empréstimos em curso. Ela pode ainda recomendar que se impute os pagamentos inicialmente sobre o capital emprestado. [...] Pode recomendar, em proposta motivada, que as domas correspondentes às prestações adiadas ou escalonadas se sujeitarão a juros a uma taxa reduzida, que pode ser inferior à taxa legal de juros. (COSTA, 2002, p. 122)

Portanto, essas são algumas das características encontradas pelo Direito Francês para tratar dos casos de superendividamento e que trariam benefícios ao Brasil, caso fossem adotadas, uma vez que o intuito da criação dessas regras é proteger o consumidor vulnerável, bem como proteger o mercado.

3.6 SUPERENDIVIDAMENTO

Nova modalidade de endividamento que surgiu no Brasil vem chamando atenção dos doutrinadores e juristas para a necessidade de regulamentar o referido tema, tendo como norte o equilíbrio nas relações de consumo e a proteção do consumidor.

Segundo Geraldo de Faria Martins da Costa (apud *Vocabulaire Juridique* de Cornu, citado por Khayat):

A palavra *surendettement* é um neologismo a partir das palavras *sur* (do latim *super*, indicando aqui, acumulação, excesso, sobrecarga) e *endividamento*. O neologismo da ideia de uma carga insuportável, tendo-se em vista o montante das rendas do consumidor, endividado além dos limites razoáveis. (COSTA, 2002, p. 106)

Como já relatado, o superendividamento consiste na acumulação de dívidas que torna o consumidor insolvente, ocorrendo esse fenômeno quando o consumidor não consegue honrar seus compromissos básicos, prejudicando não só a si próprio, mas a toda família que dele necessita.

A oferta indiscriminada do acesso ao crédito, facilidade de aquisição, possibilidade de parcelamento em vários meses, a prática de juros visivelmente baixos, a prática de adquirir novo empréstimo para saldar o antigo, são algumas das características, que já foram anteriormente explicitadas, que compõe o perfil do superendividamento.

Eduardo Antonio Andrade de Amorim (2010) expõe:

O superendividamento não pode ser visto como um simples momento de inadimplência obrigacional, e sim, como a impossibilidade de uma pessoa suprir as suas necessidades básicas, como alimentação, vestuário e moradia, que são materializadas através do crédito ao consumo. Esse prisma revela que, na relação obrigacional de crédito existem importantes aspectos da vida humana que, se desprezados, podem ameaçar a própria dignidade da pessoa.⁶

Dessa forma, o consumidor está propício a exclusão social, uma vez que se vê cerceado de praticar atos da vida comum, e de necessidades básicas, tendo assim por vezes a autoestima abalada.

A questão do superendividamento não é mais só um problema basicamente do consumidor, os fornecedores também são prejudicados, pois deixaram de receber o valor que foi devidamente emprestado, de tal modo que se tornou um problema social que merece acolhida por parte do Estado e da justiça.

⁶ **O superendividamento do consumidor.** Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/17597>>. Acesso em: 02 Maio 2014.

3.6.1 Superendividamento Passivo e Ativo

Para Geraldo de Faria Martins da Costa (2002) o superendividamento se consolida de duas formas: ativo e passivo.

Superendividamento ativo, segundo Geraldo de Faria Martins da Costa (2002, p. 118) “resulta de uma acumulação de dívidas cujo total é excessivo, tendo-se em conta o saldo do devedor”.

Neste molde o consumidor adquire indiscriminadamente empréstimos mesmo tendo a consciência de que possui dívidas, adquire novos empréstimos para efetuar novas despesas, caracteriza-se como endividamento voluntário.

Superendividamento passivo para Geraldo de Farias Martins da Costa:

Resulta de uma diminuição fortuita dos recursos do devedor, seguidas de eventos imprevisíveis no momento em que as dívidas foram contratadas: desemprego, doença, acidente óbito do cônjuge ou do concubino, divórcio ou separação. [...] Caracterizado pela ausência de todos os recursos e pela impossibilidade do devedor de fazer face a esta situação, na qual as pessoas não possuem sequer o mínimo vital. (COSTA, 2002, p. 118)

Neste caso, temos o consumidor levado ao endividamento por fatores externos a sua vontade, ocorrendo sua morte civil, sendo considerados consumidores de boa-fé.

Ainda no entendimento de Geraldo de Farias Martins da Costa:

Considerados de boa-fé os consumidores superendividados que, aprisionados por uma espiral de endividamentos, agravaram sua situação para pagar as dívidas antigas. Todavia, foram declarados de má-fé aqueles que, deliberadamente, tomaram vários empréstimos que representavam uma carga nitidamente superior à totalidade de seus recursos ou aquele que já em estado de insolvência notória, tomaram empréstimos para efetuar novas despesas. (COSTA, 2002, p. 118).

Pois bem, cabe ressaltar que a lei visa à proteção do consumidor de boa-fé, que não deu origem ao endividamento, para depois procurar ajuda legal.

Nesse perfil o consumidor tem a iniciativa de quitar seus débitos dentro de suas possibilidades financeiras, agindo dessa forma de acordo com artigo 4º, inciso III do CDC, que preconiza que as relações de consumo estejam baseadas na boa-fé.

O Código de Defesa do Consumidor dispõe ainda normas de proteção do consumidor:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor: [...]

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

O STJ em Recurso Especial julgado em 2002 manifestou-se no seguinte sentido:

O preceito insculpido no inciso V do art. 6º do CDC dispensa a prova do caráter imprevisível do ato superveniente, bastando a demonstração objetiva da excessiva onerosidade advinda para o consumidor. (STJ, REsp. 370598/RS, DJ 01/04/2002, Relª Minª. Nancy Andrichi).

Nesta perspectiva, o consumidor superendividado tem seu direito resguardado pelo CDC.

O Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, percebendo um grande aumento dos casos de superendividamento promoveu um projeto-piloto de conciliação, em duas comarcas de seu Estado para conhecer o perfil dos mesmos e tentar reinseri-los na sociedade. A pesquisa foi realizada no segundo semestre de 2007, mas somente foi publicada em 2008 e chegaram aos seguintes resultados:

No que pertine ao perfil do superendividado, observamos que a maioria é do sexo masculino (54%), com idade entre 31 a 40 anos (33%) e entre 21 a 30 anos (28%), de profissão na iniciativa privada (46%), sendo casados (38%) e conviventes (23%), com um dependente (34%) ou dois (27%), com renda individual mensal é de até 1 salário (42%) e entre 2 a 3 salários mínimos (42%), com renda mensal familiar entre 2 a 3 salários mínimos (45%) e até 2 salários mínimos (23%).

Quanto às despesas mensais correntes, consideradas aquelas de subsistência como água, luz, aluguel, condomínio, alimentação, medicamentos, educação, observamos que o valor total supera R\$ 500,00 mensais (69%), o que compromete demasiadamente a renda dos consumidores que percebem, em sua maioria, entre 1 a 3 salários mínimos.

[...]

No que diz com as dívidas decorrentes de contrato de crédito ao consumo e que foram objeto das audiências de renegociação coletiva, a maior parte (44%) superaram o valor total de R\$ 3.000,00,

sendo que em 23% dos casos, o valor da dívida oscila entre R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00.

A maioria das dívidas foi contraída com um único credor (56%), em segundo lugar, com mais de 3 credores (16%), em terceiro, com 2 credores (15%) e, em quarto lugar, com 3 credores (13%).

[...]

A causa preponderante das dívidas foi o desemprego (29%), seguida da separação/divórcio (20%), gasto maior do que a renda (19%), doença ou morte (17%) e redução de renda (8%).

[...]

Dentre os superendividados, 80% estavam inscritos em cadastros de inadimplentes.⁷

Com esse projeto o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul procurou conhecer o perfil do superendividado para oferecer tratamento diferenciado para o mesmo.

3.6.2 O superendividamento e o Código de Defesa do Consumidor

O nosso ordenamento jurídico não possui legislação específica para solucionar a questão do superendividamento, dessa forma o legislador toma por base as normas contidas no Código de Defesa do Consumidor para tentar solucionar a questão.

Precipuamente temos o artigo 4º, em que o legislador visou atender as necessidades do consumidor e do fornecedor, instituindo a Política Nacional de Relação de Consumo. No mesmo estão contidos princípios que deverão ser seguidos para que as relações sejam formadas de forma harmônica, e nenhuma das partes seja prejudicada.

Observamos também o artigo 6º que estabelece os direitos básicos dos consumidores, e dele, focamos os incisos IV, "a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços". Tomando por base a necessidade de proteção do consumidor frente à oferta indiscriminada do crédito.

O inciso V estabelece a possibilidade de "modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão

⁷ **Adesão ao projeto conciliar é legal – CNJ - Projeto-Piloto: “Tratamento das situações de superendividamento do consumidor”**. Disponível em: <<http://www.superendividamento.org.br/wb/mediar/Relatorio%20DPDC.pdf>>. Acesso em: 02 Maio 2014

de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas”. Nesse caso, temos por analogia a proteção do consumidor superendividado passivo, que as obrigações por ele contratadas se tornam onerosa em virtude de um acontecimento na vida que não deu causa, como o desemprego, morte do cônjuge, entre outros já explicitados anteriormente, assim tem-se a possibilidade de revisão do contrato.

O artigo 46 do CDC enumera:

Art. 46 - Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Neste norte vislumbramos a proteção frente o modelo de contrato que é proposto para a população, contratos conhecido como contrato de adesão, em que não é ofertado ao consumidor a oportunidade de expor suas exigências, uma vez que o contrato já é oferecido previamente redigido nos termos que a parte credora entender que melhor lhe convém, bem como as letras miúdas de difícil entendimento.

Combinado com o artigo supracitado tem o artigo 52, que elenca que o contrato firmado deverá conter requisitos claros para que o consumidor saiba o que está contratando, tendo por objetivo à máxima informação e transparência para que o consumidor possa saber o quanto da sua renda vai ser utilizado para contratar o crédito.

Por conseguinte temos o artigo 51, inciso IV que explicita:

São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

IV – estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou seja, incompatíveis com a boa-fé ou equidade.

Sendo assim o referido artigo busca o equilíbrio contratual.

Por não possuir uma legislação específica para dar tratamento ao superendividamento, o poder Judiciário recorre aos artigos do Código de Defesa do Consumidor para tentar dirimir a questão, alterando as cláusulas contratuais e encontrando uma forma do consumidor saldar suas dívidas, mas tudo no limite da capacidade financeira do endividado.

4. ENTENDIMENTO DOS TRIBUNAIS

Em conformidade com todo o exposto no presente trabalho Tribunais de Justiça do país já tem decidido de modo positivo a questão da necessidade de se resguardar o direito do consumidor superendividado, como veremos a seguir:

O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro tem decidido das seguintes formas:

(...) É crescente a preocupação da Doutrina e da Jurisprudência com as causas e os efeitos do "superendividamento", tendo sido reconhecida, como ilícita, a conduta abusiva e irresponsável de algumas instituições financeiras que - se valendo da ingenuidade de gente humilde, especialmente, aposentados - com base em maciça campanha publicitária oferecem crédito fácil a quem não pode pagar, sem grave prejuízo de seu sustento. O ABUSO DO DIREITO DE OFERECER EMPRÉSTIMOS, SEM UMA CUIDADOSA E RESPONSÁVEL ANÁLISE DA CAPACIDADE DE ENDIVIDAMENTO DO TOMADOR, VIOLA O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA E NÃO PODE CONTAR COM O BENEPLÁCITO DO JUDICIÁRIO. (...) (trecho da decisão no agravo de instrumento n. 2005.002.27037 – TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO DE JANEIRO - DES. MARCO ANTONIO IBRAHIM - Julgamento: 17/01/2006 - DECIMA OITAVA CAMARA CIVEL).

Após analisar a referida jurisprudência verificou-se que o Tribunal, em sua decisão argumentou que o fornecedor do crédito agiu de forma ilícita no momento que fornece irresponsavelmente empréstimos a idoso, se valendo da sua vulnerabilidade no mercado de consumo.

Em distinto julgado veremos a seguinte decisão:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. DECISÃO QUE DEFERE A ANTECIPAÇÃO DE TUTELA PLEITEADA PARA O FIM DE LIMITAR O DESCONTO NA CONTA CORRENTE DA AUTORA REFERENTE À CONTRATO DE MÚTUO AO MONTANTE DE 20% (VINTE POR CENTO) DA REMUNERAÇÃO DA AGRAVADA. SUPERENDIVIDAMENTO. ABUSO DO DIREITO DE CONCESSÃO DE CRÉDITO. APLICAÇÃO ANALÓGICA DO ART. 6º, § 5º DA LEI 10.820/2003, QUE REGULA OS DESCONTOS DE PRESTAÇÕES EM FOLHA DE PAGAMENTO. - A promessa de crédito fácil pelas instituições financeiras tem atraído muitos consumidores que, de boa-fé, contraem dívidas que comprometem o mínimo necessário para se manterem, impulsionados pelo consumismo decorrente de uma publicidade agressiva a que todos são submetidos atualmente. Há prova inequívoca da verossimilhança das alegações autorais no sentido do abuso do direito de concessão de crédito pelo agravante, assim como há perigo em aguardar a decisão final de mérito na ação

revisional de contrato diante do comprometimento da remuneração da agravada, que possui caráter alimentar. - Decisão que deve ser reformada apenas para permitir o desconto de até 30% (trinta por cento) do valor depositado a título de remuneração, de acordo com o art. 6º, § 5º da Lei nº 10.820/2003, que regula os descontos efetuados em folha de pagamento, aplicável ao caso por analogia, mantida a multa fixada. Provimento parcial do agravo, monocraticamente. (AGRAVO DE INSTRUMENTO nº 2008.002.04668. Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, DES. CARLOS SANTOS DE OLIVEIRA - Julgamento: 21/02/2008)

No referido julgado percebe-se que a financeira não respeitou o limite de 30% para desconto em folha de pagamento, comprometendo a renda do consumidor.

Com mesmo entendimento a Desembargadora Gaucha Judith Dos Santos Mottecy do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul se pronunciou da seguinte forma:

Embora a manutenção da dignidade em si mesma não seja quantificável, dependendo de inúmeras variáveis, o patamar aceitável de disponibilidade do salário para pagamento de parcelas contratuais deve ser aquele previsto na Lei 10.820/03, ou seja, 30% dos rendimentos, subtraídos os descontos obrigatórios. Tal patamar revela-se razoável e impede que o consumidor, por inúmeras razões, e ainda que não se trate de impossibilidade superveniente, mas de endividamento decorrente de inúmeras contratações, prescindíveis ou imprescindíveis, resulte privado do mínimo necessário para sobreviver, juntamente com sua família, de maneira digna. Evita-se, com isso, o superendividamento do consumidor, que merece pronta e adequada solução do Poder Judiciário, mediante cotejo da relação jurídica estabelecida e o princípio da dignidade da pessoa humana, de modo que o cumprimento daquela, tal como estipulado, não afronte o princípio basilar do Estado Democrático Brasileiro.(...) (TJRS – apelação – JSM Nº 70028647659 2009/Cível).⁸

O caso citado foi decidido sobre o parâmetro de totalidade de quanto o consumidor pode disponibilizar de seus rendimentos para aquisição de empréstimos.

Percebeu-se também que a jurisprudência procura resguardar a dignidade dos consumidores superendividados, uma vez que ficam cerceados de obter produtos básicos para possuir uma vida digna, como alimentação, vestuário, sendo excluído da sociedade.

⁸ **Descontos excedentes a 30% pode ser ilegal.** Disponível em: <http://www.rafaelchagas.adv.br/site_index.php?tipo_pag=7&id_menu=24002&id_artigo=6759>. Acesso em 02 Maio 2014

Corroborando com tudo o que foi relatado temos o seguinte pensamento de Claudia Lima Marques, retirado do projeto para tratamento do superendividamento realizado pelo Poder Judiciário do Rio Grande do Sul:

[...] a expansão do crédito ao consumo sem uma legislação forte que acompanhasse essa massificação, a não ser o Código de Defesa do Consumidor e o princípio geral de boa-fé, criou uma profunda crise de solvência e confiança no País, não só na classe média, como nas classes mais baixas, de um lado, aumentando fortemente o lucro dos bancos e promovendo a inclusão no sistema bancário de milhões de aposentados e consumidores de baixa renda, mas de outro multiplicando as ações individuais de pessoas física endividadas, em especial as revisionais no Judiciário, muitas sem sucesso, aumentando o risco e como um todo a conflitualidade e os abusos nas relações de crédito, multiplicando as reclamações nos órgãos de defesa dos consumidores e associações, e o sentimento de impunidade e de insatisfação com o sistema financeiro e com o direito do consumidor.⁹

Dessa forma, após todo o exposto no presente trabalho concluímos que, em quase toda totalidade, a causa do superendividamento se dá a partir da concessão irresponsável do crédito, a oferta indiscriminada, sem oferecer o mínimo de informação para que o consumidor possa ter a real noção do que está contratando.

Percebe-se também ainda, que, o Brasil necessita de uma legislação específica para conter com mais veemência o superendividamento do consumidor, disponibilizando meios para que o mesmo não caia nas armadilhas do crédito, como também permitir o desenvolvimento equilibrado do país.

⁹ **Adesão ao projeto conciliar é legal – CNJ - Projeto-Piloto: “Tratamento das situações de superendividamento do consumidor”.** Disponível em: <<http://www.superendividamento.org.br/wb/media/Relatorio%20DPDC.pdf>>. Acesso em: 05 Maio 2014

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O crédito assumiu papel importante na sociedade de consumo, uma vez que os consumidores passaram a utilizar o crédito ao consumo para adquirir produtos de necessidades básicas, como alimentação, vestuário, saúde ou simplesmente para usufruir de conforto.

Diante de todo exposto, no presente trabalho, verificou-se que o crédito foi elemento crucial para o desenvolvimento das relações de consumo, contudo a forma irresponsável com que vem sendo ofertado está conduzindo os consumidores ao endividamento, tornando uma característica do novo modelo da sociedade de consumo.

Cabe ressaltar, portanto, que se percebeu ao longo do trabalho que a modalidade do empréstimo consignado foi a que mais levou o consumidor ao endividamento, tendo em vista que é um meio fácil e rápido para aquisição.

A concessão irresponsável dessa modalidade de crédito aumentou o endividamento dos consumidores, surgindo assim um novo modelo de endividamento, o superendividamento, que resulta da impossibilidade do consumidor, de boa-fé, de pagar suas dívidas atuais e futuras, devido seu orçamento está quase inteiramente comprometido com parcelas de empréstimos.

Ademais, aos casos de superendividamento tem que ser ministrado uma atenção especial, uma vez que está sendo considerado por alguns doutrinadores como um meio de exclusão social.

O Código de Defesa do Consumidor ao instituir a Política Nacional de Relação de Consumo, os direitos básicos do consumidor, bem como artigos específicos, possibilitaram aos julgadores um tratamento diferenciado para os casos de superendividamento.

Contudo, verificou-se que uma legislação específica se tornaria necessária para que os casos fossem julgados com mais veemência, evitando assim a falência do consumidor, bem como a ruína do mercado.

Constatou-se também que os consumidores idosos são os mais prejudicados nessa cadeia que envolve o comércio, crédito, crédito consignado, oferta realizada de maneira irresponsável, endividamento e o superendividamento.

Tais consumidores são potencialmente mais vulneráveis devido a sua fragilidade perante a vida. São pessoas que necessitam de um tratamento especial,

pois já contribuíram para o país e agora necessitam de usufruir dessas contribuições.

Dessa forma, a sociedade e o ordenamento jurídico têm que propor medidas rigorosas para proteger o consumidor idoso, evitando sua falência, pois os mesmos já representam uma grande parcela da população, e não evitando esse problema, o Brasil irá sofrer várias consequências, pois de uma forma ou de outra quem arca com os custos da população idosa é o país, por meios de aposentadorias e benefícios sociais.

REFERÊNCIAS

_____. **Manual de direito do consumidor**. 9. ed. rev. ampl. e atual., São Paulo: Atlas, 2007.

AMORIM, Eduardo Antonio Andrade. **O superendividamento do consumidor**. Jus Navigandi, Teresina, ano 15, n. 2658, 11 out. 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/17597>>. Acesso em: 28 abril 2014.

BENJAMIM, Antônio Hermam V., MARQUES, Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. ed. Ver., atual e ampl. - São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.

BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. LIMA, Clarissa Costa de. **Adesão ao projeto conciliar é legal – CNJ - Projeto-Piloto**: “Tratamento das situações de superendividamento do consumidor”. Disponível em: <<http://www.superendividamento.org.br/wb/media/Relatorio%20DPDC.pdf>>. Acesso em: 02 maio 2014.

BONATO, Cláudio. **Código de defesa do consumidor**: cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

BRASIL. **Código Civil**. Lei nº 10406, de 10 de janeiro de 2002.

BRASIL. **Código de defesa do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

BRASIL. **Constituição federal**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

BRASIL. **Instrução Normativa INSS/PRES nº 28, de 16 de maio de 2008**. Disponível em: <<http://www81.dataprev.gov.br/sislex/paginas/38/inss-pres/2008/28.htm>>. Acesso em: 28 abril 2014.

CAMPOS, José Raimundo Passos; FILHO, Geneir Marques de Carvalho. **Juiz determina que empréstimos consignados para idosos analfabetos sejam feitos em cartório**. Jus Navigandi, Teresina, ano 12, n. 1474, 15 jul. 2007. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/16788>>. Acesso em: 02 maio 2014.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor** - 2. Ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

COSTA, Geraldo de Farias Martins da. **Superendividamento - A proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

Descontos excedentes a 30% pode ser ilegal. Disponível em: <http://www.rafaelchagas.adv.br/site_index.php?tipo_pag=7&id_menu=24002&id_artigo=6759>. Acesso em 02 maio 2014

FERNANDES, Carolina Curi. **A tutela do consumidor superendividado e o princípio da dignidade da pessoa humana.** Jus Navigandi, Teresina, ano 15, n. 2619, 2 set. 2010. Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/revista/texto/17312>>. Acesso em: 23 abril 2014.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto.** [et al.]. 8ª ed. rev. ampl. e atual., Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2004.

FINDELSTEIN, Maria Eugênia Reis, NETO, Fernando Sacco. **Manual de direito do consumidor.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

GAGLIANO, Pablo Stolze; FILHO, Rodolfo Pamplona. **Novo curso de Direito Civil, Volume IV: Contratos.** 2. ed. Ver., atual., e reform. São Paulo: Saraiva, 2006.

GAMA, Hélio Zaghetto. **Curso de Direito do Consumidor.** 3. ed. rev. Atual e ampl. , 2ª tiragem – Rio de Janeiro: Editora Forende, 2008.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor : código comentado, jurisprudência, doutrina, questões, Decreto nº 2.181/97.** Niterói: Impetus, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

IBGE. **Perfil dos Idosos responsáveis pelos domicílios no Brasil.** Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/perfilidoso/perfidosos2000.pdf>>. Acesso em: 20 março 2014.

JUNIOR, José Luiz. **O CDC e a necessidade de tutelar a relação de consumo.** DireitoNet, 25 Abril 2005. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/2017/O-CDC-e-a-necessidadede-tutelar-a-relacao-de-consumo>>. Acesso em: 28 abril 2014.

Khouri, Paulo Roberto Roque Antonio. **Contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo – 5 ed.** – São Paulo: Atlas, 2012.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais,** 4. ed. São Paulo: RT, 2002.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor.** 2. ed. Re., modif. e atual. – São Paulo: Saraiva 2005.

Poder Judiciário do Estado do Rio de Janeiro – **Banco de conhecimento.** Disponível em: <http://www.tjrj.jus.br/institucional/dir_gerais/dgcon/pdf/jurisprudencia/s-elecao/consumidor/superendividamento.pdf>. Acesso em: 20 maio 2014.

RIO DE JANEIRO. **Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro.** AGRADO DE INSTRUMENTO nº 2005.002.27037. Décima Oitava Câmara Cível. DES. MARCO ANTONIO IBRAHIM – julgamento 17/01/2006 – Disponível em:

<http://www.tjrj.jus.br/institucional/dir_gerais/dgcon/pdf/jurisprudencia/selecao/consumidor/superendividamento.pdf>. Acesso em: 19 maio 2014.

RIO DE JANEIRO. **Tribunal de justiça do Rio de Janeiro**. AGRAVO DE INSTRUMENTO nº 2008.002.04668. Nona Câmara Cível, DES. CARLOS SANTOS DE OLIVEIRA - Julgamento: 21/02/2008. Disponível em: <http://www.tjrj.jus.br/institucional/dir_gerais/dgcon/pdf/jurisprudencia/selecao/consumidor/superendividamento.pdf>. Acesso em: 19 maio 2014.

ROCHA, Amélia Soares da; FREITAS, Fernanda Paula Costa de. **O superendividamento, o consumidor e a análise econômica do direito**. Jus Navigandi, Teresina, ano 15, n. 2564, 9 jul. 2010. Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/revista/texto/16949>>. Acesso em: 02 maio 2014.

SOARES, André de Moura. **Empréstimos consignados: falta de clareza na publicidade. Ação civil pública**. Jus Navigandi, Teresina, ano 11, n. 1134, 9 ago. 2006. Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/revista/texto/16706>>. Acesso em: 22 abril 2011.

VIEIRA, Tereza Rodrigues; NASCENTES, Claudiene. **O idoso, a publicidade e o direito do consumidor**. Jus Navigandi, Teresina, ano 9, n. 179, 1 jan. 2004. Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/revista/texto/4621>>. Acesso em: 24 abril 2011.