



**REVISTA DA FACULDADE DE DIREITO DA UFRGS**  
**VOLUME ESPECIAL - NÚMERO 36**

**O crédito como objeto de tensão qualificada na relação de consumo e a necessidade de prevenção ao superendividamento**

*Credit as an object of qualified tension in the consumer relations and the need to prevent over-indebtedness*



**UFRGS**

**Camille da Silva Azevedo Ataíde**  
Universidade Federal do Pará

**Dennis Verbicaro Soares**  
Universidade Federal do Pará



## O crédito como objeto de tensão qualificada na relação de consumo e a necessidade de prevenção ao superendividamento

*Credit as an object of qualified tension in the consumer relations and the need to prevent over-indebtedness*

Camille da Silva Azevedo Ataíde\*

Dennis Verbicaro Soares\*\*

### REFERÊNCIA

ATAÍDE, Camille da Silva Azevedo; SOARES, Dennis Verbicaro. O crédito como objeto de tensão qualificada na relação de consumo e a necessidade de prevenção ao superendividamento. *Revista da Faculdade de Direito da UFRGS*, Porto Alegre, n. 36, vol. esp., p. 73-89, out. 2017.

### RESUMO

O presente artigo tem por escopo identificar as particularidades da relação entre consumidor e fornecedor de crédito que legitimem o reconhecimento da “hipervulnerabilidade” deste consumidor. O crédito será situado como instrumento fundamental para o desenvolvimento das capacidades humanas, incentivado por todas as dimensões da sociedade de consumo. Todavia, nota-se que a oferta do crédito pelas instituições financeiras e econômicas tem ocorrido de forma invasiva, olvidando-se da ética e da regulamentação pertinente à concessão do crédito responsável. Neste cenário, a falta de informação e esclarecimento sobre as características e consequências do crédito, somado à necessidade de sua aquisição, fragilizam a percepção do consumidor quanto ao assédio ao consumo irresponsável praticado pelos fornecedores e afetam sobremaneira a já mitigada autonomia da vontade deste consumidor. Após a análise do PLS 283/12 no que tange aos deveres de informação e à previsão do “assédio ao consumo”, a pesquisa defende que a condição de hipervulnerabilidade do consumidor de crédito exige medidas mais eficazes e contundentes na proteção deste consumidor e na prevenção do superendividamento, sugerindo, em conclusão, uma ferramenta de avaliação e prevenção do endividamento nas próprias plataformas virtuais dos bancos.

### PALAVRAS-CHAVE

Direito do consumidor. Crédito ao consumo. Dever de informação. Superendividamento. Hipervulnerabilidade.

### ABSTRACT

*The purpose of this paper is to identify the particularities of the relationship between consumer and credit supplier that legitimize the recognition of the "hypervulnerability" of one consumer. Credit will be placed as a fundamental tool for the development of human capacities, encouraged by all dimensions of consumer society. However, it should be noted that the offer of credit by financial and economic institutions has occurred in an invasive manner, forgetting ethics and regulations pertinent to the granting of responsible credit. In this scenario, the lack of information and clarification on the characteristics and consequences of credit, coupled with the need to acquire it, weaken the consumer perception of harassment by the irresponsible consumers practiced by suppliers and greatly affect the already limited autonomy of the consumer's will. After analysing PLS 283/12 regarding the information duties and forecasting of "consumer harassment", the research argues that the hypervulnerability condition of the consumer of credit requires more effective and forceful measures in the protection of the consumers and in the prevention of super indebtedness, suggesting, in conclusion, a debt assessment and prevention tool in banks' own virtual platforms.*

### KEYWORDS

*Consumer law. Consumer credit. Duty of information. Super indebtedness. Hypervulnerability.*

\* Mestranda em Constitucionalismo, Democracia e Direitos Humanos (Universidade Federal do Pará – UFPA, desde 2017). Especialista em Direito Civil e Processual Civil (Fundação Getúlio Vargas – FGV, 2016). Graduada em Direito (UFPA, 2013).

\*\* Professor na Universidade Federal do Pará (UFPA) e do Centro Universitário do Pará (CESUPA). Doutor em Direito do Consumidor (Universidade de Salamanca, Espanha, 2015). Mestre em Direito do Consumido (UFPA, 2005). Graduação em Direito (UFPA, 1999). Procurador do Estado do Pará. Advogado.





## SUMÁRIO

Introdução. 1. O crédito como objeto de tensão qualificada na relação entre consumidor e fornecedor. 1.1. A tendência à (má) qualidade do crédito fornecido pelo setor financeiro e bancário. 1.2. A inobservância aos deveres de informação na fase pré-contratual da relação de crédito. 2. O papel desempenhado pelo crédito na sociedade de consumo: instrumentalização do mínimo existencial e promoção da dignidade humana. 3. A hipervulnerabilidade do consumidor diante das práticas de assédio ao consumo pelos fornecedores de crédito: reflexões acerca da autonomia da vontade e considerações ao PLS 283/12. Considerações finais. Referências.

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa foi conduzida a partir da preocupação com um consumidor específico: o consumidor de crédito no Brasil. Índices oficiais apontam crescente aumento da oferta de crédito nos últimos anos no país e, paralelamente, indicam um crescimento exponencial do número de indivíduos e famílias superendividadas, sugerindo a premissa (a ser verificada ao longo da pesquisa) de que a maior disponibilização do crédito não está sendo acompanhada da melhor qualidade na prestação destes serviços.

Os efeitos negativos do superendividamento refletem sistematicamente na ordem política, econômica e social. No âmbito pessoal, o superendividamento e a conseqüente falta de acesso ao crédito, conduz o indivíduo a uma existência marginalizada, aquém do *standard* de uma vida digna no contexto da sociedade de consumo, e a uma situação psicologicamente desgastante, apenas para citar alguns exemplos e indicar a importância do estudo do tema.

Enquanto serviço altamente especializado, o fornecimento de crédito já carrega, de *per se*, um grande potencial de riscos ao consumidor e a experiência tem revelado que estes riscos, notadamente o superendividamento, têm sido concretizados especialmente pelas reiteradas práticas de crédito irresponsável levadas a efeito pelas instituições financeiras e bancárias, desde a fase pré-contratual até a fase pós-contratual.

À luz deste contexto, a pesquisa propõe-se a demonstrar a condição de hipervulnerabilidade do consumidor de crédito. Para isto, buscar-se-á

identificar os pontos nevrálgicos da relação estabelecida entre consumidor e fornecedor de crédito e que reduzem ainda mais a autonomia da vontade daquele consumidor. Nesta perspectiva, ênfase especial será dada à análise da regulação existente sobre o crédito ao consumo e à verificação do que efetivamente tem ocorrido na prática.

Ainda, a pesquisa tece considerações sobre o papel desempenhado pelo crédito no atendimento das necessidades humanas a partir da teoria do mínimo existencial, bem como demonstra de que forma as práticas de assédio ao consumo fragilizam a percepção do consumidor sobre os efeitos da contratação do crédito.

Paralelamente ao reconhecimento da hipervulnerabilidade do consumidor de crédito, a pesquisa defende uma atuação mais enérgica por parte dos poderes políticos na implementação de medidas eficazes e consistentes a serem observadas pelos fornecedores de crédito na concessão do crédito e que tenham real potencial para reduzir os riscos de superendividamento.

Ao atingimento dos escopos deste artigo, utilizou-se prioritariamente como metodologia a pesquisa exploratória bibliográfica de livros e artigos científicos especializados no tema, ora para fornecer um panorama sobre o estado da arte em matéria de regulação do crédito e superendividamento, ora para fornecer os subsídios normativos e valorativos que permitiram aos autores o desenvolvimento da argumentação de acordo com parâmetros normativos válidos.





## 1 O CRÉDITO COMO OBJETO DE TENSÃO QUALIFICADA NA RELAÇÃO ENTRE CONSUMIDOR E FORNECEDOR

Dentre as diversas relações que se estabelecem no âmbito consumerista, inexistem dúvidas quanto ao reconhecimento da relação entre consumidor e fornecedor de crédito como sendo a mais complexa e juridicamente desafiadora, tanto em razão do objeto (o crédito em si) quanto pelos interesses que sobre ele incidem. O crédito, para o consumidor, representa inclusão social, permitindo-o uma vida com certa qualidade e dignidade. Para os fornecedores, instituições financeiras e econômicas, a concessão do crédito representa a medida do lucro e a perspectiva de expansão da atividade.

É instigante notar que as forças atuantes sobre a movimentação do crédito no mercado não possuem direções opostas. Ao contrário, tais forças convergem de modo a intensificar a disponibilidade do crédito: enquanto um dos polos da relação necessita adquiri-lo, o outro necessita fornecê-lo. Então, ante a dificuldade lógica em desacelerar a oferta do crédito, inclusive por estarmos inseridos em um contexto político onde o mesmo assume feição estratégica para o desenvolvimento econômico, questiona-se: qual dos polos tem as melhores condições para evitar a ocorrência dos riscos intrínsecos e potenciais do crédito, notadamente o superendividamento?

Em matéria de superendividamento, a pesquisa parte do pressuposto de que a responsabilidade pela prevenção deste fenômeno é compartilhada entre fornecedores, órgãos de proteção e defesa do consumidor, Estado e pelo próprio consumidor. No entanto, ante as particularidades da relação de crédito, como a impossibilidade relativa de exigir-se do consumidor comportamento diverso no momento da contratação (pelas razões apresentadas a seguir) e da contínua exposição às

práticas de assédio ao consumo pelos fornecedores, maiores exigências e ônus devem ser impostos a este segundo polo da relação.

Caracterizado como uma espécie de “empréstimo” ao consumidor para a aquisição imediata de bens e serviços, seguido de um “tempo” para o respectivo reembolso, tem-se observado que dois pontos da relação de crédito podem contribuir (como têm contribuído) decisivamente para a instalação do superendividamento, que são: as características objetivas do crédito (qualidade do crédito) e o liame subjetivo que vincula o consumidor a este objeto (compreensão sobre as características e efeitos do crédito).

### 1.1 A tendência à (má) qualidade do crédito fornecido pelo setor financeiro e bancário

As características objetivas do crédito permitem concluir pela sua boa qualidade, ou não. Esta dimensão de análise está ligada à observância da regulação pertinente ao crédito desde o momento da concessão até a fase pós-contratual. No Brasil, inexistente um microsistema regulatório dispendioso sobre os parâmetros a serem observados pelos fornecedores de crédito ao consumo, o que o coloca atrás dos mais de 27 países da União Europeia e dos Estados Unidos, que já possuem leis ostensivas sobre a concessão responsável do crédito a pessoas físicas, com normas de combate à usura e práticas comerciais abusivas pelos bancos e instituições financeiras (MARQUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 19).

A regulação em torno do crédito ao consumo no Brasil é esparsa e insuficiente para uma prevenção efetiva do superendividamento, sendo as principais garantias de proteção do consumidor encontradas nas disposições do Código de Defesa do Consumidor e nas cláusulas gerais protetivas das relações contratuais do Código Civil, como as normas contra a lesividade, onerosidade excessiva e o dever de boa-fé.





Os órgãos com competência legal e específica para disciplinar os pormenores da relação de crédito, tal como o Febrabran e o Banco Central, estão mais propensos à regulação do mercado do que com a oferta do crédito ao consumidor final, afastando-se da nobre missão que supostamente teriam de equacionar a expansão dos serviços bancários de um lado e a proteção do consumidor de crédito do outro (PORTO; SAMPAIO, 2015, p. 149).

Portanto, os instrumentos normativos de tais órgãos já são elaborados com vieses setoriais e mercadológicos, de modo a impor o mínimo de ônus aos fornecedores de crédito, ainda que tais ônus fossem imprescindíveis à defesa do consumidor. Ao contínuo incremento das modalidades de crédito, tal como o cartão de crédito, o crédito especial e a consignação da dívida, não vêm seguindo a criação de deveres jurídicos e imposição de medidas eficazes para coibir o principal risco intrínseco ao crédito, o superendividamento do consumidor.

Cite-se como exemplo o crédito consignado, introduzido pela Lei 10.820/03, em que o indivíduo passou a ter a possibilidade de comprometer parcela de sua remuneração mensal com dívidas descontadas periodicamente em folha de pagamento. Em que pese esta modalidade ser (à primeira vista) favorável ao consumidor em razão do relativamente baixo percentual de juros e da limitação da consignação em 30% para a preservação do mínimo existencial<sup>1</sup>, a regulação falha em não obrigar as instituições financeiras a negarem crédito adicional aos endividados que já tenham atingido aquele limite, nos casos em que estes não comprovarem a existência de renda complementar.

<sup>1</sup> Rosângela Cavallazzi (2015, p. 435) entende que a fixação do limite legal de 30% como forma de preservar o mínimo existencial representa um mito ou senso comum que tem sido incorporado na cultura jurídica sem maiores reflexões. A depender da condição salarial do consumidor e de outros fatores, 30% pode significar grave comprometimento de sua

Em outros termos, a atratividade da consignação aos olhos do consumidor não é contrabalançada por medidas que reduzam a sua suscetibilidade à insolvência. Se por um lado o crédito consignado reduz os riscos para as instituições financeiras e bancárias, para o consumidor abre uma via de acesso rápido ao superendividamento, em que este não tem sequer a possibilidade de decidir quais débitos são mais importantes de serem quitados, cerceando sua liberdade de escolha.

A importância de se discutir a regulação do crédito consignado reside no fato de que ele está associado a inúmeros casos de superendividamento submetidos aos projetos de prevenção e tratamento do superendividamento dos Procons e Tribunais Estaduais. Dados do Banco Central apontam que, entre 2004 e 2011, as operações de crédito consignado aumentaram 760%, enquanto o incremento das demais formas de operação de crédito a pessoas físicas foi de 199% (PORTO; SAMPAIO, 2015, p. 151-152).

O cartão de crédito também possui íntima relação com o superendividamento do consumidor, tanto no cenário nacional quanto internacional.

Nos Estados Unidos, o papel do cartão de crédito no contexto do superendividamento desde há muito tem sido alvo de debates em um cenário em que os altos níveis de débito são incentivados pelas instituições financeiras e pela política econômica, evidenciado pela “explosão” de falências (*Bankruptcy*) no país (RAMSAY, 2007, p. 233). Na Inglaterra, nos debates às vésperas da reforma do regime de falência (*Enterprise Act 2002*), diversos parlamentares demonstraram preocupações quanto ao fácil acesso dos consumidores aos

subsistência. Para ilustrar a situação, dados do Banco Central apontam que em janeiro de 2011, dentre os empréstimos consignados para aposentados e pensionistas do INSS, 52% eram tomados por indivíduos com faixa salarial até 1 salário-mínimo (PORTO; SAMPAIO, 2015, p. 151-152). É evidente que a limitação legal, ao invés de representar proteção ao consumidor, pode acelerar o superendividamento.





cartões de crédito e sua estreita relação com os pedidos de falência, em razão dos diversos estímulos e incentivos à sua aquisição irresponsável (RAMSAY, 2007, p. 234).

As práticas gravitantes em torno do cartão de crédito e que têm contribuído para a falência do consumidor no âmbito internacional podem ser facilmente visualizadas no Brasil, confirmando a afirmação de que lidar com os riscos do crédito é um desafio global.

No Brasil, a situação ainda é mais preocupante por causa das altas taxas de juros na utilização dos cartões de crédito, conhecido por ter o maior *spread* Bancário. As instituições financeiras e econômicas veem no cartão de crédito um serviço altamente lucrativo, grande parte em razão da regulação pouco rigorosa com o setor (viés mercadológico da regulação) e da ausência de sanções efetivas nos casos de descumprimento, somados à falta de fiscalização destes serviços. Nesse contexto, questiona-se quais estímulos teriam os fornecedores de crédito em adotar práticas mais responsáveis?

Ainda, não escapa ao conhecimento comum a facilidade que é adquirir um cartão de crédito nos dias de hoje, não sendo exigido sequer uma comprovação razoável de suficiência de renda. A facilidade na contratação do crédito, sem maiores exigências, garantias e reflexões oponíveis aos dois polos da relação de crédito, torna difícil (senão impossível) ao consumidor compreender que de fato está adquirindo um empréstimo e que necessitará reembolsá-lo com juros e demais encargos, impactando a renda futura.

Soma-se a este complexo panorama de riscos ao consumidor de crédito, práticas como o en-

vio de cartões de crédito não solicitados com limites pré-aprovados que não raro desencadeia ou acelera o superendividamento do consumidor. Imagine um indivíduo que já esteja passando por limitações em seu orçamento e não tenha conseguido crédito em outras instituições por causa da restrição em seu nome. Quão tentador é para este consumidor fazer uso daquele cartão?

Cite-se ainda, dentre as práticas abusivas, a cobrança de tarifas no uso do cartão de crédito além dos cinco tipos fixados pela Resolução 3.919/10 do Banco Central.<sup>2</sup>

Na hipótese mais otimista da concessão do crédito ter ocorrido de forma responsável pelo fornecedor, o crédito inevitavelmente possui, *de per se*, uma periculosidade intrínseca projetada para o futuro (a redundância da expressão é tão somente para imprimir ênfase). Explica-se: ainda que o consumidor tenha condições de adimplir suas dívidas nos meses iniciais, é possível que no futuro reste impossibilitado caso sofra algum acidente da vida, tal como desemprego, doença e divórcio, o que poderá conduzi-lo ao endividamento excessivo. Esta possibilidade não deve ser desconsiderada no momento da oferta.

Portanto, é possível afirmar com razoável convicção que o crédito tende a ser concedido em má-qualidade, em desrespeito à regulação pertinente e aos deveres de ética no mercado. Caracteriza-se, então, como um “produto complexo, “difícil” de ser administrado sem que se incorra no excesso e na impossibilidade de pagar o conjunto das dívidas em um tempo razoável [...]” (MARCQUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 19).

<sup>2</sup> De acordo com a Resolução 3.919/10 do Banco Central do Brasil, apenas cinco tarifas podem ser cobradas no uso do cartão de crédito, a saber: tarifa de anuidade, tarifa de emissão de 2ª via do cartão, tarifa de saque, tarifa de pagamento de conta com cartão e tarifa de avaliação emergencial de crédito. Sobre o assunto, cabe registrar que entre janeiro a julho de 2016, o Procon/GO atendeu 1.281 reclamações re-

lacionadas à cobrança indevida na fatura do cartão de crédito, sendo a principal relacionada a uma tarifa de seguro contra perda/roubo, lançadas sem a prévia autorização do consumidor. Disponível em: <<http://www.opopular.com.br/editorias/economia/procon-esclarece-sobre-cobran%C3%A7a-indevida-de-cart%C3%A3o-de-cr%C3%A9dito-1.1125276>>. Acesso em: 06 abr. 2017.





## 1.2 A inobservância aos deveres de informação na fase pré-contratual da relação de crédito

O acesso à informação sobre os produtos e serviços disponíveis no mercado é fator fundamental para o desenvolvimento sadio das relações de consumo e, especificamente, para a preservação da saúde física e psíquica do consumidor. Até mesmo um simples produto, sem as advertências, informações e ilustrações necessárias ao uso, pode causar severos danos à saúde. No entanto, o uso de alguns destes produtos já é algo tão cotidiano que as informações sobre eles disponíveis acabam tornando-se indiferentes. Esta não é uma realidade aplicada às relações de crédito.

Com efeito, é na relação de crédito que o direito à informação adequada e clara previsto no art. 6º, III do Código de Defesa do Consumidor encontra o seu maior desafio. É neste contexto que a vulnerabilidade informacional inerente ao consumidor atinge o patamar de hipervulnerabilidade, a exigir maior detalhamento, rigor e aplicabilidade àquele direito por parte dos poderes políticos – Executivo, Legislativo e Judiciário.

Em que pese o direito à informação exija observância ao longo de toda a operação de crédito, incluindo-se a fase pós-contratual, ante a proposta da pesquisa em construir um conceito de hipervulnerabilidade de modo a justificar a imposição de deveres ao fornecedor com o escopo de prevenir o superendividamento e todos os custos sociais daí advindos, ênfase especial será dada à fase pré-contratual.

O crédito e os serviços a ele acoplados formam um todo complexo, *de per se*. O consumidor esbarra-se logo na dificuldade em compreender os termos técnicos utilizados, tais como crédito rotativo, taxa de refinanciamento e “mínimo” do cartão. Embora de fácil compreensão pelo cidadão mais instruído, para aquele de baixa escolaridade ou analfabeto funcional representa um momento

de tensão e o início de uma postura muitas vezes passiva e resignada, levando-o a aceitar tudo o que lhe é transmitido pela suposta *expertise* da imponente instituição.

Portanto, neste ponto já evidenciamos uma característica peculiar do direito à informação na fase pré-contratual das operações de crédito: a este consumidor não é suficiente a mera disponibilidade da informação. Mais do que isto, é necessário que ela permita o processamento e a compreensão do seu conteúdo pelo consumidor menos instruído<sup>3</sup>. Casos existem em que, paradoxalmente, é a quantidade de informação técnica e distante do cotidiano linguístico que tornam o consumidor confuso diante das informações prestadas, sendo a auto-observação suficiente para comprovar esta realidade.

E este desafio não se encerra com o fornecimento de informações completas, claras e compreensíveis, como poderíamos supor. Tais informações devem ser contextualizadas na realidade socioeconômica do devedor e do núcleo familiar. É imperioso que o consumidor seja esclarecido sobre o que a tomada do crédito representará em termos práticos, tal como o impacto no orçamento doméstico atual e o nível de comprometimento da renda futura. Crédito não é apenas concessão, mas é também reembolso!

No tópico anterior, observou-se que a periculosidade do crédito projeta-se para o futuro até o adimplemento, período em que podem surgir as práticas comerciais abusivas e os acidentes da vida. É da responsabilidade do fornecedor reduzir todos os riscos a que estão submetidos os consumidores relacionados ao inadimplemento da dívida (e por conseguinte o superendividamento) e que estejam no âmbito de suas possibilidades jurídicas e práticas. Isto implica afirmar que o fornecedor deve utilizar todo seu aparato tecnológico e pessoal para informar ao consumidor sobre quais as “potenciais consequências da tomada de

<sup>3</sup> Pesquisa realizada em 2009 pelo IBGE apontou que um em cada cinco brasileiros é analfabeto funcional, possuindo

menos de quatro anos de estudo (BERTONCELLO, 2015, p. 41).





crédito para a sua esfera subjetiva, com ênfase nas consequências negativas, bem como no dever de assessorar o consumidor a determinar se a concessão do crédito lhe será vantajosa ou não” (NETO, 2015, p. 28).

A pesquisa parte do pressuposto de que o consumidor age racionalmente em direção à maximização de seus interesses, racionalidade esta que é “moldada pela informação disponível e pelo conhecimento assimilado” (NETO, 2015, p. 18). Embora estudos na área da economia comportamental apontem que “desvios comportamentais” e “métodos heurísticos” afastem o consumidor do modelo de escolha racional (o que tornaria insuficiente uma política com ênfase na educação e na informação), acredita-se que esta perspectiva apenas contribui para reforçar o dever dos fornecedores em ir além no dever de informar sobre os riscos do crédito.

Com efeito, informações obscuras e incompletas moldam a racionalidade do consumidor, levando-o a tomar decisões potencialmente arriscadas (embora acredite estar agindo da melhor forma). A representação dos efeitos daquele contrato na mente do consumidor é incompleta, comprometendo a autonomia da vontade. E quem detém as melhores condições para suprimir o abismo informacional na concessão do crédito?

A literatura jurídica é repleta de estudos acerca da importância da educação financeira para o consumo, o que é louvável e absolutamente necessário. Entretanto, a máxima eficácia de tais políticas na prevenção do superendividamento pressupõe, inexoravelmente, a disponibilidade prévia de informações claras, completas, ostensivas e personalizadas pelas instituições bancárias. Em caso de latente prejudicialidade na concessão do

crédito, é medida prudente que o fornecedor se abstenha de concedê-lo.

Uma prática bancária muito comum e sofrida pela consumidora Goretti<sup>4</sup> permite refletir sobre a importância da participação ativa, eficaz e de boa-fé do fornecedor de crédito. Goretti tinha uma renda mensal de aproximadamente R\$-230,00 de seu trabalho informal como recicladora de lixo. Mesmo sem emprego formal e comprovação de renda, conseguiu empréstimo com a instituição financeira, através de contrato que previa reembolso em doze parcelas de R\$-270,00. A concessão do crédito que a consumidora nunca teria como pagar, levou-a a trabalhar dia e noite, resultou no superendividamento e causou severos danos ao seu mínimo existencial.

Portanto, além da propensão do crédito a ser concedido em má-qualidade, a assimetria informacional figura como sendo o segundo ponto de tensão na relação entre consumidor e fornecedor.

## **2 O PAPEL DESEMPENHADO PELO CRÉDITO NA SOCIEDADE DE CONSUMO: INSTRUMENTALIZAÇÃO DO MÍNIMO EXISTENCIAL E PROMOÇÃO DA DIGNIDADE HUMANA**

No Brasil, o estímulo à aquisição do crédito teve início na década de 90 mediante políticas governamentais de democratização do crédito<sup>5</sup>, resultando na ascensão econômica da população brasileira e no aumento do consumo de bens e serviços. No âmbito nacional, este pode ser considerado o início da formação de uma legítima sociedade de consumo.

<sup>4</sup> O caso de Goretti foi um dos casos acolhidos no Projeto intitulado “Tratamento das situações de superendividamento do consumidor”, desenvolvido pelo Poder Judiciário no Estado do Rio Grande do Sul, cujas conclusões foram inseridas no “Caderno de investigações científicas: prevenção e tratamento do superendividamento” (MARQUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, passim).

<sup>5</sup> Segundo Clarissa Costa Lima (2014, p. 25), graças a facilitação do acesso ao crédito, 29 milhões de brasileiros, entre 2003 e 2009, saíram da pobreza e ingressaram na classe C, a chamada classe média, passando a ter acesso a novos bens de consumo e crédito.







Gilles Lipovetsky (2009 apud GAULIA, 2009, p. 37) identifica que neste novo ciclo histórico das economias de consumo as massas passaram a ter acesso a uma demanda material mais psicologizada e individualizada, a um modo de vida (bens duráveis, lazeres, férias, moda) antigamente associado às elites sociais.

O termo sociedade de consumo traz consigo a ideia de mudança de paradigma, com reflexos em novas formas de pensar, decidir e atuar. Enquanto o paradigma da sociedade industrial tinha como núcleo central a força de trabalho, sendo o consumo prioritariamente voltado para bens duráveis, no atual paradigma é o consumo que assume a posição de núcleo gravitacional, condicionando as concepções de autoidentificação do homem, liberdade, igualdade e dignidade.

Este novo paradigma tem criado sutilmente no inconsciente coletivo um novo padrão de valor pessoal (GAULIA, 2009, p. 36). A forma como o indivíduo percebe sua condição no cenário social não está mais pautada em títulos (de nobreza, religioso ou universitário) como outrora, mas na sua capacidade de consumir os bens sucessivamente lançados no mercado e que carregam a promessa de plenitude e satisfação, tornando o consumo a mais poderosa forma de linguagem social (BACEGGA 2001 apud BIONI, 2015, p. 375).

Quando o consumo tornou-se chave para o auto reconhecimento do indivíduo enquanto cidadão ativo no contexto das sociedades pós-modernas, inevitavelmente também tornou-se a medida da felicidade, da autoestima e da autoafirmação. A impossibilidade de consumir, por outro lado, representa no inconsciente a sensação de não pertencimento, inferioridade e exclusão. E quem deseja sentir-se assim?

Consumo representa participação nas relações que compõem a dinâmica social e que contribuem para o desenvolvimento pessoal (relações de amizade, no trabalho, na família). O ato de consumir é imprescindível até mesmo para as ativida-

des e relações desenvolvidas no âmbito doméstico. Consumo é inclusão na sociedade através do acesso aos bens do mercado. Em outras palavras, representa o exercício de uma verdadeira “cidadania econômico-social”, e a sua impossibilidade em razão do superendividamento, por sua vez, caracteriza-se como uma nova forma de “morte civil”, a morte do *homo economicus* (MARQUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 24).

No âmbito da política econômica, o consumo é tido como setor estratégico. Quando a economia caminha mal e o país começa a sentir os sinais da recessão, aumentam-se os investimentos na produção de bens e os incentivos ao fornecimento de crédito ao consumo. Esta tem sido a política adotada pelos dois últimos governos federais.

O modelo que o Estado brasileiro tem assumido ao longo das últimas décadas, assumindo contornos acentuadamente neoliberais, e a política das privatizações dos serviços essenciais é um grande exemplo, tem tornado o cidadão cada vez mais dependente do consumo. Segundo Zygmunt Bauman (BAUMAN, 2008, p. 67), no século XXI, com o declínio do Estado de bem-estar social, os novos pobres são os excluídos do consumo, do mercado globalizado, da sociedade que conhecemos como “sociedade de crédito e de consumo”.

Tais considerações parecem ser suficientes para demonstrar que o consumo é estimulado em várias dimensões da existência humana. E o crédito é o grande responsável pelo funcionamento da sociedade estruturada na lógica consumista. Consumo e crédito são “duas faces de uma mesma moeda: para consumir muitas vezes necessita-se de crédito, se há crédito ao consumo, a produção aumenta e a economia ativa-se, há mais emprego e aumenta o “mercado” de consumo brasileiro” (MARQUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 18).





No Brasil, a oferta do crédito tem aumentado exponencialmente nos últimos anos, notadamente entre as classes B, C e D, tornando o setor financeiro como o setor de maior crescimento na economia nacional.<sup>6</sup> Paralelamente, os dados também indicam aumento do índice de endividamento no país, revelando que a maior disponibilização do crédito não tem sido acompanhada pela melhoria na prestação destes serviços.<sup>7</sup>

Neste cenário, é urgente a necessidade de criação de medidas implementadoras do crédito responsável, através de uma regulação amparada em bases sólidas e com viabilidade de execução no plano fático (visando a efetiva prevenção do superendividamento) e de políticas públicas concretas que incentivem a participação conjunta do Estado, fornecedores, órgãos de proteção do consumidor e a sociedade civil (através das associações) em prol da educação financeira para o consumo.

A força motriz capaz de gerar as mudanças que ora propõe-se emana da correta compreensão do que representa o crédito para a promoção da dignidade humana no contexto da sociedade de consumo, enquanto instrumento para a realização das capacidades humanas e para a consecução dos mais variados projetos de vida.

É o crédito que permite a realização das diversas atividades e o suprimento das necessidades básicas no cotidiano dos consumidores. É o crédito que viabiliza a compra dos alimentos no início do mês, dos equipamentos domésticos, os reparos no lar, a educação (cursos, livros e demais

insumos), a assistência médica, o vestuário e o lazer. Despesas estas que com muito sacrifício a renda mensal seria capaz de custear mediante pagamentos à vista.

Portanto, o crédito que o consumidor adquire junto ao segmento empresarial guarda o cerne da satisfação do mínimo existencial. E é este o crédito que a pessoa deixa de ter acesso quando se encontra na condição de superendividada. Caracterizado pela impossibilidade manifesta de o consumidor, pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas (art. 54-A, §1º do PLS 283/12), o superendividamento relega o consumidor a uma existência indigna e marginalizada, a partir da afetação do mínimo existencial.

No direito brasileiro, as primeiras referências ao direito ao mínimo existencial estavam relacionadas à esfera pública. Em 1933, Pontes de Miranda<sup>8</sup> já se referia à existência de um direito público subjetivo à subsistência dentre o elenco dos “novos direitos do homem” exigíveis do Estado, denominando-o de mínimo vital (SARMENTO, 2016, p. 191). Décadas após, a nova teoria constitucional e a redemocratização do país com o advento da Constituição de 1988 promoveram a comunicação entre o direito público e privado bem como estabeleceram um novo paradigma interpretativo e valorativo do ordenamento jurídico.

O direito ao mínimo existencial passou a ser garantido na nova ordem constitucional a partir da consagração do princípio da dignidade da pessoa

<sup>6</sup> O setor financeiro-bancário cresceu, em 2008, 9,2%. Enquanto que a agricultura, serviços em geral e a indústria cresceram, respectivamente, 2,1%, 4,6% e 3,0% (MARGUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 17).

<sup>7</sup> Em pesquisa realizada na base de dados do Banco Central do Brasil referente ao período entre 1º de janeiro de 2004 a dezembro de 2012, verificou-se que a renda média aumentou cerca de 155%, o que legitimaria o aumento na mesma proporção da tomada de crédito. Contudo, o percentual do montante emprestado em operações de crédito pessoal ultrapassou a margem de crescimento da renda, aumentando

cerca de 850% no período em questão (PORTO; BUTELLI, p. 13).

<sup>8</sup> Nas palavras de Pontes de Miranda: “Como direito público subjetivo, a subsistência realiza, no terreno da alimentação, das vestes e da habitação, o *standard of living*, segundo três números, variáveis para maior *indefinidamente* e para menor *até o limite*, limite que é dado, respectivamente, pelo *indispensável* à vida quanto à nutrição, ao resguardo do corpo e à instalação” (SARMENTO, 2016, p. 191, grifo do autor).





humana como fundamento do Estado (SARMENTO, 2016, p. 212). E um dos elementos característicos do atual Estado constitucional está na atribuição de força normativa aos novos princípios e valores, que passaram a conformar os institutos bem como a conduta dos agentes no âmbito público e privado.

O reconhecimento do mínimo existencial nas relações privadas tem sido chancelado pela jurisprudência com relativa frequência, como nos casos em se discute a limitação da margem de consignação de empréstimos em folha de pagamento, e vem adquirindo cada vez mais imposibilidade em virtude das reiteradas condutas de cerceamento das condições necessárias à vida digna entre os particulares.

No ensejo de fortalecer o direito ao mínimo existencial no direito do consumidor, o Relatório Geral elaborado pela Comissão de Juristas encarregados da atualização do Código de Defesa do Consumidor, o definiu como sendo: “a quantia capaz de assegurar a vida digna do indivíduo e seu núcleo familiar destinada à manutenção das despesas de sobrevivência, tais como água, luz, alimentação, saúde, educação, transporte, entre outras” (BERTONCELLO, 2015, p. 70).

Na tentativa de evitar-se qualquer apego a um conceito rígido sobre o mínimo existencial (e viabilizar a máxima proteção à ideia nele inserida), razoável é o entendimento de Luiz Edson Fachin (2014 apud BERTONCELLO, 2015, p. 71) ao indicá-lo como um “conceito apto a construção do razoável e do justo ao caso concreto, aberto, plural e poroso ao mundo contemporâneo”. Esta definição nos permite conceber o mínimo existencial para além da noção de sobrevi-

vência, incluindo-se em seu conteúdo as condições que possibilitem um mínimo de inclusão social<sup>9</sup> na sociedade de consumo.

Pertinente a proposta de Bruno Ricardo Bioni (2015, p. 380) de atualizar o estatuto jurídico do patrimônio mínimo de Luiz Edson Fachin no contexto da economia do endividamento, onde o crédito deixa de ser visto exclusivamente sob o ponto de vista da geração de lucro para o adquirente e passa a ser encarado como “um elemento gerador de capacidades para que o indivíduo supra as suas necessidades, auferindo uma liberdade substantiva de desenvolvimento”.

O exercício da liberdade substantiva, sob a perspectiva filosófica, pressupõe a possibilidade real de cada pessoa concreta tomar decisões sobre a sua própria vida e de segui-las (SARMENTO, 2016, p. 196). As condições reais e materiais capazes de tornar a pessoa livre para decidir e executar o seu projeto de vida são, nesta perspectiva, funcionalizadas pelo crédito.

Por todo o exposto, a cultura jurídica e política deve considerar o crédito como instrumento a favor da pessoa, e não um parasita: “é a pessoa humana que deve fazer uso do crédito, explorando-o, e não o crédito nutrir-se da pessoa, causando-lhe danos, inviabilizando o seu protejo de vida” (BIONI, 2015, p. 381).

Pretendeu-se demonstrar nas linhas acima que o crédito buscado pelo consumidor configura verdadeira necessidade, e não mera liberalidade, tendo em vista que na conjectura da sociedade de consumo, aquele passou a assumir o *status* de instrumento de concretização daquilo que é fundamental para uma vida com qualidade e dignidade.

<sup>9</sup> Sobre esta concepção, vale consignar trecho da decisão proferida no REsp 1.185.474, de relatoria do Min. Humberto Martins, julgado em 20.04.2010, em demanda versando sobre o direito ao atendimento em creche e pré-escola: “O mínimo existencial não se resume ao mínimo vital, ou seja, o mínimo para se viver. O conteúdo daquilo que seja o mínimo existencial abrange, também, as condições

socioculturais, que, para além da questão da mera sobrevivência, asseguram ao indivíduo um mínimo de inserção na vida social”. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/9119367/recurso-especial-resp-1185474-sc-2010-0048628-4/inteiro-teor-14265399>>. Acesso em: 09 abr. 2017.





### 3 A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR DIANTE DAS PRÁTICAS DE ASSÉDIO AO CONSUMO PELOS FORNECEDORES DE CRÉDITO: REFLEXÕES ACERCA DA AUTONOMIA DA VONTADE E CONSIDERAÇÕES AO PLS 283/12

No decorrer desta pesquisa notou-se que diversas circunstâncias específicas da relação credí-tícia acabam por tornar a vulnerabilidade inerente à condição de consumidor ainda mais acentuada, como a tendência do crédito a ser concedido em má-qualidade e a falta de informações completas, personalizadas e compreensíveis. Circunstâncias estas suficientes para tornar o crédito um bem perigoso e suscetível de causar danos ao consumidor, como conduzi-lo ao superendividamento e a todos os danos de natureza existencial daí advindos.

É por necessidade que o consumidor é atraído para esta relação, com uma agravante: diferentemente dos demais serviços e produtos em que o consumidor pode identificar a diferença de qualidade na atuação entre um fornecedor e outro (em razão da contínua busca por diferenciação) para ao final tomar uma decisão com relativa liberdade, os serviços de crédito oferecidos pelas instituições financeiras e bancárias carecem desta “individualidade”, especialmente pelo fato deste segmento compartilhar o mesmo padrão de conduta, deixando pouca liberdade de escolha ao consumidor. Liberdade esta que é reduzida até engessar-se nos contratos de adesão.

E se alguma autonomia da vontade poderia existir na mente do consumidor na fase de reflexão anterior à tomada do crédito, esta autonomia tem sido cada vez mais violentada pelas práticas de assédio ao consumo adotadas pelos fornecedores.

A Comissão de Juristas encarregada de atualizar o Código de Defesa do Consumidor, atendendo a um urgente anseio social, inseriu no art. 54-C do Projeto de Lei do Senado nº 283/12<sup>10</sup> o instituto do “assédio ao consumo” ao vedar condutas capazes de pressionar o consumidor, seduzi-lo ou dificultar a compreensão sobre os ônus e riscos da contratação do crédito. Nesse sentido, serão vedadas expressões como crédito “sem juros”, “gratuito”, “com taxa zero” e outras com a mesma conotação.

Como qualquer produto entregue no mercado, o crédito necessita de oferta e publicidade, sendo este o momento em que o assédio para o consumo leva ao superendividamento na maioria das vezes é implantado, mediante estratégias engenhosas que exploram necessidades específicas de um lado e oferecem a solução do outro, maculando qualquer percepção mais apurada sobre os efeitos práticos da tomada do crédito.

Neste âmbito, lamentavelmente o consumidor-alvo das práticas de assédio ao consumo são os idosos e analfabetos. Imbuídos naturalmente pela necessidade de adquirir crédito (satisfação do mínimo existencial e inclusão social), a exploração de vulnerabilidades específicas atreladas à idade, à capacidade cognitiva e à saúde, evidencia ato de repugnante desumanidade.

<sup>10</sup> “Art. 54-C. É vedado, expressa ou implicitamente, a oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não: I - fazer referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, com “taxa zero” ou expressão de sentido ou entendimento semelhante; II - indicar que a operação de crédito poderá ser concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito ou sem avaliação da situação financeira do consumidor; III - ocultar ou dificultar a compreensão sobre os ônus e riscos da contratação do crédito ou da venda a prazo; IV - assediar ou pressionar o consumidor para contratar o

fornecimento de produto, serviço ou crédito, inclusive a distância, por meio eletrônico ou por telefone, principalmente se se tratar de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada ou se a contratação envolver prêmio; V - condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência de demandas judiciais, ao pagamento de honorários advocatícios ou a depósitos judiciais. 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.”





Prática bastante comum de pressão para a contratação do crédito tem sido através do *tele-marketing*. Consumidores em geral, especialmente os aposentados, são cotidianamente abordados por telefone pelos representantes das instituições financeiras que dizem oferecer crédito nas “melhores condições”. É o que tem causado perplexidade ao aposentado José Pereira Pardim, 69 anos, pois não sabe como descobrem seu número de telefone e outras informações como renda e consumo. José alerta que “tem que saber se livrar do assédio porque os bancos, por exemplo, tentam induzir a gente a fazer o que não quer”, concluindo estar cheio de “sanguessuga por aí”.<sup>11</sup>

Em matéria veiculada pelo *Jornal do Brasil* de 26.01.2006 mostrava-se a foto de uma rua do Rio de Janeiro onde era possível observar os *promotores do crédito* (prepostos de financeiras), vestidos com cores marcante, e na frente deles estavam sentados senhores e senhoras que haviam sido abordados, ao que parece, estrategicamente. E o título da reportagem era elucidativo: “oferta estimula consumo: rede para pegar clientes”. Na linguagem midiática, é o “consumidor-sardinha” sendo atraído pelas “iscas” publicitárias e terminando fisgado na “rede do crédito fácil” (GAULLIA, 2009, p. 48).

A publicidade em torno do crédito é persuasiva, fantasiosa e sedutora, bastando-se por si mesma. As mensagens do tipo “o sr. só vai começar a pagar daqui há três meses”, “a gente faz consignação em folha, a sra. nem vai sentir que está pagando” e “adquirindo o cartão de crédito *Y free*, o sr. ficará dispensado do pagamento da anuidade”, exercem forte influência na escolha das pessoas no contexto da sociedade de consumo.

Uma singela observação de nossa vida cotidiana é suficiente para concluir que as práticas de assédio ao consumo de crédito, como as expostas

acima, fazem parte da realidade do consumidor brasileiro.

Nota-se que a gravidade do assédio ao consumo reside em que, atrelado à pressão para a contratação, tem-se a omissão de informações relevantes sobre o crédito ou o emprego de artifícios que dificultam a compreensão sobre os riscos da contratação (art. 54-C, II e III do PLS 283/12). Uma vez aprovado o PLS 283/12, será possível ao consumidor, nestes casos, valer-se das sanções de inexigibilidade judicial da dívida e da redução dos juros e encargos, dentre outras previstas no parágrafo único do art. 54-D.

Assertiva é a conclusão extraída do “Caderno de investigações científicas: prevenção e tratamento” ao referir-se que a nova lei só vai ajudar a prevenir o superendividamento se tiver “dentes”, logo deve incluir uma sanção (MARGUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 20).

No entanto, questiona-se: será que a previsão das sanções do parágrafo único do art. 54-D do PLS 283/12, terá a eficácia esperada na prevenção do superendividamento? será que tal previsão será suficiente para estimular o fornecedor a observar os deveres de informar e esclarecer adequadamente o consumidor sobre todos os custos da operação, bem como de avaliar a sua real capacidade de pagamento da dívida?

A hipervulnerabilidade do consumidor de crédito não apenas autoriza como também estar a exigir o reenquadramento da oferta do crédito em outro patamar de controle, mais rigoroso e eficaz, inclusive por parte do Estado. Crédito é um bem “perigoso” e assim deve ser tratado pelo ordenamento jurídico, condicionando a atuação política, legislativa e judicial. A busca por medidas concretas que implementem os deveres de informação e aconselhamento deve ser vigorosa e constante.

<sup>11</sup> VIEIRA, Walkiria. Assédio e golpes: de olho no dinheiro dos aposentados. *Jornal Nosso dia*. 27 fev. 2017. Disponível em: <<http://www.jornalnosodia.com.br/?id=151-24837>>. Acesso em 13 abr. 2017.





## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa preocupou-se em identificar alguns aspectos peculiares à relação de crédito e que parecem ser suficientes para legitimar o reconhecimento da hipervulnerabilidade do consumidor de crédito. Com efeito, demonstrou-se que o crédito tende a ser concedido em desrespeito à regulação pertinente e sem o fornecimento de informações completas, compreensíveis e personalizadas de acordo com a realidade financeira do consumidor, ao mesmo tempo em que é concedido sem uma análise razoável da capacidade de pagamento do devedor pela instituição fornecedora.

Por ser um instrumento destinado a atender às diversas necessidades da pessoa humana inserida no contexto da sociedade de consumo, o crédito, quando concedido de forma irresponsável, pode resultar no superendividamento do consumidor, afetando a satisfação do mínimo existencial e conduzindo-o à exclusão social, risco este agravado pelas práticas de assédio ao consumo.

Dada a periculosidade intrínseca ao crédito, a sua oferta deve estar em um patamar distinto de regulação, de implementação e controle pelos órgãos de fiscalização. É certo que, com a aprovação do PLS 283/12, serão exigíveis dos fornecedores um amplo rol de obrigações subjacentes ao dever de informação e esclarecimento, passíveis de sanções no caso de descumprimento. No entanto, defende-se que o caráter “perigoso” do crédito e o reconhecimento da hipervulnerabilidade deste consumidor impõem a criação de medidas mais eficazes ao controle da atuação dos fornecedores de crédito e que sejam aptas à prevenção do superendividamento.

O receio, a nosso ver fundamentado, é que o amplo rol de garantias a ser concedido ao consumidor brasileiro com a aprovação do PLS 283/12 paulatinamente assumam a veste de “advertência genérica”, sem efeito prático, do tipo “use o crédito com moderação” ou “antes de gastar, consulte um economista”, tal qual tem ocorrido

com os produtos de periculosidade inerente circulantes no mercado.

Tem-se como medida viável à efetiva proteção do consumidor de crédito a implementação de uma ferramenta de avaliação do endividamento nas próprias plataformas virtuais dos bancos, uma espécie de “simulador”, mediante imposição normativa (inicialmente de natureza administrativa), através de Resolução específica do BACEN. Antes de conceder o crédito, o fornecedor será obrigado a alimentar a plataforma com os dados referentes à renda, à despesa média do consumidor e outros elementos que possam influenciar no reembolso da dívida, bem como os dados do crédito (taxa de juros e demais encargos).

Concluído o preenchimento, será gerado um relatório apontando o nível de endividamento após a tomada do crédito, seguido de uma conclusão redigida em termos claros, compreensíveis e ostensivos, neste último caso quando a aquisição do crédito representar potencial risco de superendividamento.

O escopo deste simulador que ora propõe-se é duplo: assegurar a efetiva análise das condições de reembolso da dívida pelo fornecedor e a efetiva compreensão das consequências práticas da tomada do crédito pelo consumidor. Observa-se que anteriormente ao dever do fornecedor em proceder à análise, o consumidor deverá cooperar para o sucesso da medida (em seu benefício) mediante o oferecimento de informação verdadeiras e completas.

Acredita-se que tal experiência será capaz de mudar o padrão de conduta do segmento empresarial no que tange à oferta do crédito, especialmente quando tal prática tornar-se “cultura” e o consumidor associar o uso do “simulador” ao nível de qualidade e seriedade da instituição fornecedora, o que poderá revelar-se como um incentivo maior à melhoria dos serviços e práticas de crédito responsável do que a previsão de penalidades pecuniárias (embora estas também sejam necessárias).





## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento do consumidor: mínimo existencial: casos concretos*. 1.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

BIONI, Bruno Ricardo. Superendividamento: um fenômeno socioeconômico decorrente da difusão do consumo e a sua análise à luz das evoluções legislativas americanas e francesas frente ao PL 283/12. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 24, v. 99, p. 371-408, 2015.

BRASIL. Senado Federal. *Projeto de lei do senado nº 283, de 2012*. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção do superendividamento. Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/gePDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 02 abr. 2017.

CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Confiança no futuro: desconstruindo quatro mitos no tratamento do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 24, v. 100, p. 425-449, 2015.

GAULIA, Cristina Tereza. O abuso de direito na concessão de crédito: o risco do empreendimento financeiro na era do hiperconsumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 18, v. 71, p. 34-57, 2009.

LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. 1.ed. São Paulo: Revista dos tribunais, 2014.

\_\_\_\_\_. O cartão de crédito e o risco de superendividamento: uma análise da recente regulamentação da indústria de cartão de crédito no Brasil e nos Estados Unidos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 21, v. 81, p. 239-259, 2012.

MARQUES, Claudia Lima; LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren. *Caderno de investigação científica: prevenção e o tratamento do superendividamento*. v. 1. Brasília: Ministério da justiça, 2010.

NETO, Orlando Celso da Silva. Aspectos jurídicos pré-contratuais da concessão de crédito ao consumidor: existência de deveres acessórios complementares às obrigações genéricas previstas no código de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 24, vol. 98, p. 15-35, 2015.

PORTO, Antônio José Maristrello; BUTELLI, Pedro Henrique. O superendividamento brasileiro: uma nova análise introdutória e uma nova base de dados. In: *Superendividamento no Brasil*. 1. ed. Curitiba: Juruá, 2015. p. 11-51.

RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (bankruptcy): reflexões sobre cartões de crédito e a bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 63, p. 231-253, 2007.





SILVA, Joseane Suzart Lopes. Superendividamento dos consumidores brasileiros e a imprescindível aprovação do projeto de lei 283/12. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, ano 24, v. 100, p. 361-391, 2015.

SARMENTO, Daniel. *Dignidade da pessoa humana: conteúdo, trajetórias e metodologia*. 1. ed. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2016.

VIEIRA, Walkiria. Assédio e golpes: de olho no dinheiro dos aposentados. *Jornal Nosso dia*. 27 fev. 2017. Disponível em: <<http://www.jornalnossodia.com.br/?id=151-24837>>. Acesso em: 13 abr. 2017.

**Recebido em:** 19/04/2017

**Aceito em:** 22/09/2017







O crédito como objeto de tensão qualificada na relação de consumo e a necessidade de prevenção ao superendividamento.

Revista da Faculdade de Direito da UFRGS, Porto Alegre, n. 36, p. 73-89, vol. esp., out. 2017.

ISSN: 0104-6594 Site <http://seer.ufrgs.br/revfacdir>

Faculdade de Direito da UFRGS - Rua Riachuelo, 1317 - Centro - Porto Alegre - RS - Brasil

CEP - 90010-271 - Telefone: +55 51 33083118 - Site <http://www.ufrgs.br/direito/>

