



Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro

O Superindivíduo Bancário nas Relações de Consumo

Olinda Pires Botelho

Rio de Janeiro
2012

OLINDA PIRES BOTELHO

O Superindivíduo Bancário nas Relações de Consumo

Artigo Científico apresentado à Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro, como exigência para obtenção do Título de Pós-Graduação em Direito do Consumidor e Responsabilidade Civil.

Professores Orientadores:

Nelson Tavares

Néli L. C. Fetzner

Rio de Janeiro
2012

O SUPERINDIVIDAMENTO BANCÁRIO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Olinda Pires Botelho

Graduada pela Universidade Gama Filho.
Advogada. Pós – Graduada pela Universidade Gama
Filho em Direito Civil e Direito Processual Civil

Resumo: As relações concernentes ao Direito do Consumidor se apresentam de maneiras complexas e ilimitadas, de modo que cada caso concreto torna-se totalmente distinto de outro, por maiores que sejam as semelhanças que venham a demonstrar. Com a evolução da sociedade de consumo surgem diversas espécies de contrato e de relações, devendo-se dar especial atenção àquelas que decorrem das instituições financeiras e que são aptas a gerar o denominado superindivíduo bancário. Por esse motivo, cada vez mais se percebe a necessidade de que sejam elaboradas e aprovadas leis que venham a socorrer a parte hipossuficiente da relação de consumo e que sejam respeitados os contratos firmados. E esta é a essência do presente trabalho, com o fito de apontar qual a melhor orientação ao consumidor superindivíduo.

Palavras-chave: Relação de Consumo. Superindivíduo Bancário. Contrato. Deveres Anexos.

Sumário: Introdução. 1. A Era do Crédito: Visão Crítica sobre a situação atual do Consumidor frente ao Superindivíduo no Brasil. 2. O Endividamento Bancário e o Princípio do Empréstimo Responsável. 3. Os Deveres Anexos ao Contrato de Crédito ao Consumo. 4. O Dever de Informação como prevenção contra o Superindivíduo. Conclusão. Referências.

INTRODUÇÃO

O trabalho ora proposto enfoca a temática do superindivíduo do consumidor, em especial frente às relações de consumo oriundas da concessão de crédito aos indivíduos a partir do advento do Plano Real, momento a partir do qual o crédito passa a ser oferecido de maneira ostensiva, fácil e rápida por meio de cheque especial, cartão de crédito, empréstimo, parcelamento, dentre outros.

Neste passo, será analisado o tema do superindivíduo do consumidor brasileiro no que tange à concessão de crédito pelas instituições financeiras.

Tal análise será realizada sob o prisma da atual e moderna sociedade de consumo, fundada nas cada vez mais frequentes relações de massa, impessoais, portanto, e que nem sempre se caracterizam pelo cumprimento dos deveres anexos aos contratos, o que prejudica sobremaneira o consumidor pessoa física de boa-fé.

Relevante, também, é a análise da questão circundante aos deveres anexos ao contrato bancário, que deveriam ser obrigatoriamente cumpridos pelos fornecedores de crédito, sob pena de se causarem prejuízos, muitas vezes incalculáveis, à parte hipossuficiente da relação de consumo, tais como a inscrição do nome do consumidor nos cadastros de proteção ao crédito e a limitação de seu poder de compra junto ao mercado.

Assim, o fenômeno do superindivíduo consiste não apenas em uma questão econômica, mas de cunho social e jurídico, podendo ser considerada uma ofensa à dignidade da pessoa humana e ao mínimo existencial, o que pode trazer consequências práticas e jurídicas no tocante às relações junto às instituições fornecedoras de crédito e à sociedade capitalista de consumo.

Dessa forma, cabe ao poder público, além de dar atenção especial a uma legislação que de fato proteja as relações de consumo, também promover a educação para o consumo, no sentido de orientar o consumidor no momento da oferta e da contratação do crédito.

Pretende-se, portanto, com a presente pesquisa defender a importância do estudo do superindivíduo nas relações de consumo, em especial as bancárias, tendo em vista que tal fenômeno vem abrangendo uma grande esfera da sociedade capitalista.

Neste trabalho, de cunho essencialmente descritivo, objetiva-se analisar os principais aspectos do superindivíduo bancário do consumidor para explicar o estado de

hipossuficiência do consumidor pessoa física frente às instituições fornecedoras de crédito fácil e rápido através de diversos meios, inclusive cartões de crédito e cheque especial.

Será verificado, ainda, o descumprimento pelos fornecedores de crédito dos deveres instrumentais aos contratos e dos princípios constitucionais, implícitos e explícitos, tais como a dignidade da pessoa humana, a boa-fé objetiva, a solidariedade, a função social do contrato, a cooperação e a transparência, utilizando como metodologia a bibliográfica e a jurisprudencial.

1. VISÃO CRÍTICA SOBRE A SITUAÇÃO ATUAL DO CONSUMIDOR FRENTE AO SUPERINDIVIDAMENTO NO BRASIL

Com o fácil acesso ao crédito, o consumidor tem se deparado constantemente com algumas situações, tais como a impossibilidade de pagamento do valor total da fatura do cartão de crédito e a dificuldade em quitar empréstimos.

A rápida mudança de comportamento tem alterado o perfil do consumidor brasileiro, uma vez que é possível adquirir eletrodomésticos em 24 parcelas, passagens aéreas em 12 prestações, automóveis em 48 parcelas, imóveis em até 35 anos.

O crédito aos consumidores vulgarizou-se. A ilusão do poder aquisitivo, posto pelo crédito, reflete no aumento do endividamento do consumidor, que, ao invés do bem, passa a adquirir dívidas, relacionadas ao apelo publicitário que alimenta o ideal de necessidade, transpondo-se ao consumo e incentivando o consumismo.

Diante dessa conjuntura, o consumidor vê-se atraído por encantadoras propostas de crédito fácil e acaba por assumir contratos com taxas de juros exorbitantes e sem a devida orientação, fato que afronta diretamente as normas do Código de Defesa do Consumidor.

Nesse passo, na maioria das vezes, o consumidor não tem sequer acesso ao contrato de adesão e acaba assinando termo que declara estar plenamente ciente do que foi contratado sem, no entanto, ter conhecimento das consequências que dele possam advir.

Nesse contexto, as instituições financeiras, que são as fornecedoras do crédito ao consumidor, deveriam respeitar os deveres instrumentais do contrato, tais como a boa-fé objetiva, a solidariedade, a função social do contrato, a cooperação e a transparência, uma vez que os deveres de renegociação e cooperação tornaram-se fundamentais para que se possa alcançar a reestruturação financeira do superindivíduo e o equilíbrio contratual.

No Brasil há carência, portanto, de uma legislação que promova o restabelecimento financeiro do consumidor endividado, sendo fundamental que se leve à discussão a questão sobre a propositura de lei que preveja mecanismos de tratamento do endividamento do consumidor.

Ademais, é de suma relevância que seja observada a legislação brasileira, em especial a Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor, diploma específico para tratar das relações de consumo e suas consequências, tendo em vista a importância e contemporaneidade do tema do superendividamento bancário no Brasil.

Muito embora não tenha sido realizada ainda, de forma profunda, pesquisa acerca do consumidor superindivíduo no Brasil, sob o plano nacional, tal fenômeno tem como consequências imediatas tanto a perda do crédito, com a inscrição do nome do consumidor nos denominados cadastros de proteção ao crédito, quanto o acúmulo de dívidas.

Assim, apesar de o crédito funcionar como alavanca para o desenvolvimento econômico e para a inclusão social, se for utilizado de forma irrestrita e desmedida, tem o poder de gerar enormes consequências negativas para o consumidor.

2. O ENDIVIDAMENTO BANCÁRIO E O PRINCÍPIO DO EMPRÉSTIMO RESPONSÁVEL

O crédito disponível aos consumidores no Brasil teve um crescimento significativo na última década, fato que gerou o fenômeno do superendividamento - falência dos consumidores - visto que o consumidor se vê impossibilitado de pagar a totalidade de suas dívidas e/ou não consegue fazê-lo de forma pontual, na data do vencimento.

No Brasil, os consumidores não sabem como se comportar e acabam por celebrar contratos de forma impulsiva, sem qualquer racionalidade ou reflexão.

Essas condutas automatizadas, muitas vezes, podem gerar prejuízos aos consumidores, que são partes vulneráveis na relação de consumo.

Para Clarissa Costa de Lima¹,

Nos contratos de crédito, a situação é ainda mais delicada, na medida em que o recurso ao crédito constitui por essência uma decisão particularmente arriscada e incerta, pois o consumidor não domina operações de crédito complexas, sendo incapaz, por si só, de medir sua conveniência, oportunidade e consequências. Ademais, os efeitos de sua decisão ocorrerão no futuro, o que requer uma faculdade de antecipação que nem sempre dispõe [...].

O princípio do empréstimo responsável, com origem na União Europeia, como medida preventiva ao superendividamento, consiste na criação de uma obrigação geral de conselho para o profissional, que deve oferecer ao consumidor somente as espécies e montantes de créditos que ele possa pagar. E essa atitude do profissional apenas deve se dar após a análise da situação financeira do consumidor que requer o crédito, pautada pela razoabilidade.

Nesse passo, o exame da capacidade financeira de reembolso deve ser casuístico e feito por profissional diligente, que deverá prever eventuais incidentes de pagamento, e não deverá fornecer crédito nestes casos, sob pena de descumprimento da obrigação de comportamento responsável, podendo ser responsabilizado contratualmente.

¹LIMA, Clarissa Costa de. Empréstimo Responsável: os deveres de informação nos contratos de crédito e a proteção do consumidor contra o superendividamento. In: LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevich. *Superendividamento aplicado*.: Aspectos Doutrinários e Experiência no Poder Judiciário. Porto Alegre: GZ, 2006, p. 45.

O princípio volta-se não somente ao controle da situação financeira do consumidor, mas ao próprio consumidor, visando a que ele não se torne vítima de compromissos desarrazoados e desproporcionais, que não consigam ser honrados e levem à sua exclusão econômica.

Deve-se, perceber, que a verificação da capacidade de reembolso é atividade complexa, somente se podendo considerar que o consumidor tem condições de honrar compromissos decorrentes de algum novo contrato de crédito, se possuir rendimento que permita o adimplemento dos créditos assumidos anteriormente, sem prejuízo do pagamento de despesas para sua subsistência e de sua família, ou seja, sem afrontar, dentre outros princípios constitucionais, o mínimo existencial e a dignidade da pessoa humana.

A publicidade abusiva, a instabilidade econômica e as altas taxas de desemprego são fatores que propiciam o aumento do risco de que o consumidor brasileiro comprometa grande parcela de seus rendimentos para o pagamento de financiamentos derivados de contratos de crédito.

A fim de corroborar esse posicionamento, já decidiu o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul², *in verbis*:

APELAÇÃO CÍVEL. SISTEMA FINANCEIRO DA HABITAÇÃO. REVISIONAL. PLANO DE COMPROMETIMENTO DE RENDA (PCR). REDUÇÃO DA RENDA BRUTA FAMILIAR. DESEMPREGO. RENEGOCIAÇÃO DA DÍVIDA. Aos contratos regidos pelo Sistema Financeiro da Habitação, de trato sucessivo, aplica-se o Código de Defesa do Consumidor, sendo de se reconhecer a sua vinculação, também, além dos princípios gerais do sistema jurídico, como a função social e a justiça do contrato, a boa-fé objetiva e a não-abusividade.

Outro não é o entendimento do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro³ que apesar de não fazê-lo expressamente, aplicou o princípio do empréstimo responsável, transcrito abaixo:

² Brasil. Tribunal de Justiça RS. Nona Câmara Cível. Relator: Des. Adão Sérgio do Nascimento Cassiano, Disponível em: <http://www.tj.rs.jus.br>

³ Brasil. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Décima Oitava Câmara Cível, Relator Des. Marcos Alcino A. Torres. Disponível em: <http://www.tj.rj.jus.br>

CONTA SALÁRIO - CARACTERIZAÇÃO - EFEITOS (...) Em conta desta natureza não se deve admitir o desconto compulsório de valores além de uma margem razoável, garantindo ao funcionário o necessário para sua sobrevivência. Quando ultrapassa a tal padrão, deve o judiciário intervir para assegurar o cumprimento do princípio constitucional da dignidade da pessoa humana. Tem a instituição financeira responsabilidade pela má concessão do crédito, ao conceder empréstimos além da capacidade de endividamento do cliente, devendo pelo dever de lealdade e boa fé, buscar o reescalonamento do débito-dentro da margem razoável de consignação.

Ademais, conforme bem ensina Clarissa Costa de Lima⁴, a avaliação da situação financeira depende, basicamente, das informações que devem ser prestadas pelo consumidor e pelo garante, de modo que se faz necessário o estabelecimento de um dever de informação recíproca entre eles.

Desta forma, é imprescindível o dever de informação também do consumidor, em razão do princípio da boa-fé objetiva, orientadora de toda a relação contratual, sendo certo que a boa-fé do consumidor deve ser presumida, ou seja, o fornecedor do crédito não está obrigado a conferir a veracidade das informações prestadas por aquele.

Impende salientar que o consumidor não deve ser tão passivo ao ponto de omitir um esclarecimento importante, contudo, não pode ser compelido a prestar todas as informações necessárias para que o fornecedor do crédito possa avaliar os riscos e oportunidades do crédito, tendo em vista a capacidade técnica do profissional, que conhece tanto o crédito que será oferecido ao consumidor quanto as informações que serão verdadeiramente indispensáveis para a análise de sua situação financeira. Os dados pessoais do consumidor, por exemplo, encontram limite na proteção da vida privada, sendo muitas vezes suficiente o fornecimento de dados objetivos acerca de seus rendimentos, despesas estáveis e dívidas já existentes.

⁴Op. cit, p.45.

3. OS DEVERES ANEXOS AO CONTRATO DE CRÉDITO AO CONSUMO

Durante muito tempo as relações contratuais foram regidas por regras que, diante das inúmeras desigualdades existentes entre as partes contratantes, tinham o condão de gerar prejuízos ao contratante hipossuficiente.

A abusividade ocorre com freqüência no que tange, por exemplo, ao exagero do emprego de termos técnicos, que dificultam e até impedem a compreensão do conteúdo do texto, sendo, muitas vezes, utilizados vocábulos jurídicos, econômicos ou estrangeiros completamente desconhecidos do cidadão comum.

O tamanho das letras é outro grave problema trazido pelo contrato de adesão, às vezes formatado com caracteres praticamente ilegíveis.

Diante desse quadro, uma das maiores preocupações do legislador ao elaborar o Código de Defesa do Consumidor, foi a de criar mecanismos para restabelecer a igualdade dos contratantes frente à evidente desvantagem do consumidor na relação contratual, de maneira a compensar juridicamente sua vulnerabilidade.

Diante de tal situação, no intuito de restringir o desequilíbrio contratual, o legislador ordinário instituiu normas de ordem pública que passaram a limitar a liberdade de contratar.

Assim, foram implementados mecanismos de limitação da vontade, como a cláusula *rebus sic stantibus*, o princípio da função social do contrato e a boa-fé objetiva.

Outra importante inovação do Código de Defesa do Consumidor foi a inserção das denominadas cláusulas gerais, obrigatoriamente presentes em todos os contratos, muitas vezes até neles implícitas.

Assim, o diploma civil atual trás em seu bojo regramento expresso acerca da limitação à liberdade de contratar, bem como da aplicação do princípio da boa-fé objetiva nas relações contratuais⁵.

Desta feita, tem-se que a boa-fé objetiva é regra de conduta que se traduz em um dever de agir em conformidade com determinados padrões de honestidade, de forma a não frustrar a confiança depositada pela outra parte.

Assim, no campo obrigacional, o princípio da boa-fé objetiva traz uma regra de conduta que restringe a liberdade de contratar, impondo, por conseguinte, obrigações acessórias, como o dever de informação, transparência, veracidade, cuidado, cooperação recíproca, entre outros, na formação, execução e, até mesmo após a extinção do contrato, de modo que o princípio em comento funciona como regra de interpretação dos contratos, como um verdadeiro controle das cláusulas e práticas comerciais abusivas.

Noutro giro, o dever de informação consiste na obrigação do contratado de informar ao contratante sobre as características, qualidades, bem como de eventuais riscos que possam ocorrer acerca do objeto do negócio, devendo persistir durante toda a execução do contrato.

Atrelado a ele se encontra o dever de transparência, que surge basicamente para facilitar o entendimento do consumidor, através de uma redação contratual clara e objetiva, a fim de evitar eventuais e posteriores dúvidas acerca das cláusulas contratuais.

Igualmente, o dever de veracidade significa a obrigação acessória de agir com a verdade, de dar conhecimento à outra parte sobre questões que, de alguma forma, possam influir no objeto do contrato a até na própria decisão de contratar.

Já o dever de cooperação se traduz no ato de colaboração entre os contratantes durante a execução do contrato, com o fito de se evitar qualquer dificuldade no adimplemento das obrigações inerentes ao contrato firmado.

⁵ Código Civil de 2002. Art. 421. A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato. Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios da probidade e boa-fé. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>

O dever anexo de cuidado, por sua vez, consiste no dever de preservar e zelar pela integridade pessoal e pelo patrimônio da outra parte contratante.

Corolário dos princípios da informação e da qualidade e segurança de produtos e serviços, o princípio da confiança não possui previsão expressa no Código de Defesa do Consumidor, sendo construção doutrinária e jurisprudencial.

Deste modo, de acordo com o princípio da confiança, o contratado faz surgir no contratante a expectativa quanto à adequação do serviço, isto é, o consumidor confia que o serviço será prestado corretamente.

Diante do exposto, pode-se considerar que o princípio da boa-fé objetiva é fonte criadora de deveres anexos aos deveres da prestação contratual principal, ampliando o conteúdo do contrato.

Nesse sentido, Teresa Negreiros⁶ afirma que:

Considerada fonte de ampliação ou de criação de obrigações e deveres contratuais, ou fator de interpretação e de flexibilização do programa contratual em vista de um nível mínimo de equidade, ou, enfim, tomada como barreira ao abuso de direito, em qualquer uma dessas hipóteses a boa-fé é sem dúvida um daqueles princípios que, deslocaram seu eixo do dogma da vontade e do seu corolário da obrigatoriedade, para considerar que a eficácia dos contratos decorre da lei, a qual sanciona porque são úteis.

Ressalta-se, que a violação de algum desses deveres permite ao julgador adaptar ou modificar as cláusulas contratuais ou ainda, rescindir o contrato, a fim de alcançar a equidade.

Desta forma, na tentativa de impedir a ocorrência de qualquer lesão ao direito da parte hipossuficiente na relação contratual, a instituição de regras que limitam a liberdade de contratar tornou-se o principal instrumento para se buscar a equidade e evitar desequilíbrios que onerem excessivamente uma das partes no contrato, sendo certo que os deveres anexos a este devem ser respeitados, sob pena de revisão ou mesmo rescisão do contrato.

Sendo assim, em virtude da existência dos deveres anexos à relação contratual, verifica-se uma verdadeira ampliação das obrigações, que não mais se restringem àquelas

⁶ NEGREIROS, Teresa. *Teoria do Contrato: novos paradigmas*. Rio de Janeiro: Renovar. 2002, p.79.

expressamente ajustadas, nascendo, portanto, o dever de informação, de veracidade, de cooperação e cuidado, entre outros.

4. O DEVER DE INFORMAÇÃO COMO PREVENÇÃO CONTRA O SUPERINDIVIDAMENTO

Tendo em vista que a atual sociedade de consumo favorece comportamentos impulsivos em detrimento de condutas mais reflexivas e ponderadas, se aproveita desta situação a publicidade do crédito, que explora a lógica consumerista, contribuindo para exacerbá-la.

Entretanto, não obstante o caráter persuasivo da publicidade, esta também deve conter uma função informativa como decorrência do princípio da boa-fé objetiva.

Sendo assim, o controle da informação que é veiculada por meio da publicidade nos contratos de crédito ao consumo deve ser realizado de duas maneiras complementares: primeiro, de modo positivo, pela exigência de informações ao consumidor, seja do mínimo de informação até a informação de alta tecnicidade; e de modo negativo, através da proibição de informações equivocadas ou abusivas, como o caso da publicidade ilusória de fornecimento de “crédito gratuito”.

Tais precauções se dão em virtude dos riscos de endividamento excessivo inerentes à relação de crédito ao consumo, não podendo a publicidade, nestes casos, ser tão livre a ponto de não trazer nenhuma informação precisa sobre as distintas ofertas do mercado.

Por este motivo, é imprescindível a exigência de um conteúdo mínimo de informações, obrigando o profissional que oferece o crédito ao consumidor a divulgar dados essenciais, como a incidência da taxa de juros ou os danos que determinado produto pode causar à saúde.

Neste diapasão, o legislador estabeleceu o dever geral de informação positiva, não havendo no sistema do Código de Defesa do Consumidor nenhuma norma específica sobre a

publicidade de crédito ao consumo, que se submete, então, às regras gerais sobre publicidade enganosa ou abusiva dos arts. 36 a 38 do Código.

Frise-se, todavia, que quando o profissional formula ao consumidor uma oferta individualizada, a informação deve ser muito mais precisa do que a fornecida pela simples publicidade, devendo, nesse passo, ser ainda mais precisa e completa com o fito de que o consumidor possa fazer comparações e escolher o melhor custo-benefício para o que busca.

Para que o consumidor decida com conhecimento de causa, imperioso que haja um prazo de reflexão durante o qual ele possa examinar as informações fornecidas e avaliar as vantagens e desvantagens da contratação mesmo depois de firmado o contrato.

Assim, não temos legislação específica que permita ao consumidor a reflexão sobre a importância da obrigação e retratação de seu consentimento caso a obrigação contraída se revele inadequada ou excessiva, vez que somente poderá desistir do contrato quando a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial (art.49 do CDC).

Além das informações previstas no art. 52 do CDC, o profissional deve incluir no contrato outros elementos essenciais, conforme a espécie de crédito visada. Assim é que há a exigência da clareza das cláusulas contratuais, que devem ser aparentes e legíveis, e da transparência, de modo que as estipulações mais importantes e as que imponham restrições ao direito do consumidor devem ser redigidas com destaque, para sua fácil compreensão (inteligibilidade), evitando-se que o consumidor seja induzido a erro e tenha plena ciência do seu grau de comprometimento.

Diante do acima exposto, verifica-se que o dever de informação do profissional deve levar em conta as qualidades pessoais do consumidor, suas dificuldades técnicas e econômicas, bem como a situação de hipervulnerabilidade em razão da idade, conhecimento, saúde ou condição social, consoante estabelece o art. 39 do CDC, visto que pessoas idosas ou com baixa escolaridade apresentam maiores dificuldades de compreensão.

Sendo assim, associado ao dever de informação *strictu sensu* deve estar o dever de aconselhamento, ou seja, o profissional, além de explicar o conteúdo da informação, deve aconselhar seu cliente.

Entretanto, não se trata de deixar o consumidor na passividade, retirando dele a obrigação de se informar, e sim de se reconhecer a posição de superioridade que tem o profissional no que diz respeito à experiência negocial e aos conhecimentos técnicos em situações, muitas vezes, complexas.

Convém, ainda, destacar que a obrigação de conselho se torna mais extensa quando os contratantes mantêm relações privilegiadas de confiança, como as de natureza bancária em que o consumidor, após ter aberto uma conta corrente em determinado Banco, realiza diversas operações de crédito de forma habitual ao longo de vários anos.

Nesses casos específicos, decorrentes da realidade contratual massificada, o profissional deve prestar auxílio ao consumidor e zelar pelo patrimônio deste, já que conhece pormenorizadamente sua vida financeira, não se podendo autorizar abusos da parte contratual dominante em relação ao contratante mais fraco.

Saliente-se, que em uma relação de confiança, o profissional não deve gerar no consumidor expectativas infundadas quando tem conhecimento de que este último se encontra em situação de endividamento e que há raríssimas chances de que venha a ter condições de cumprir novas obrigações que porventura venham a surgir em decorrência da contratação de novos empréstimos.

Desta forma, a instituição financeira que agir sem cautela ou sem os rigores impostos pela profissão não poderá invocar o conhecimento ou experiência do consumidor para afastar sua responsabilidade, haja vista a obrigação positiva do profissional de conceder o crédito com cautela e discernimento.

Destarte, mostra-se razoável atribuir àquele que detém o conhecimento técnico os riscos assumidos nas situações em que sabia ou deveria saber que o crédito concedido era desproporcional à possibilidade de reembolso pelo consumidor e que poderia ocasionar uma situação de superindividamento.

Por fim, cumpre mencionar que, além dos deveres de informação e de aconselhamento, o profissional deve chamar a atenção do consumidor para os riscos que possam advir de uma determinada operação e/ou contrato, incumbência essa que decorre do chamado dever de advertência.

No ordenamento jurídico brasileiro, tal dever pode ser encontrado no art. 54, §4º do Código de Defesa do Consumidor, que determina que as cláusulas que implicarem em limitação do direito do consumidor deverão ser regidas com destaque, possibilitando a fácil e imediata compreensão pelo consumidor.

CONCLUSÃO

Diante do acima exposto, torna-se patente que a oferta de crédito fácil e rápido em grande escala à população em geral, tanto às classes mais privilegiadas quanto às mais desfavorecidas, gera a necessidade de proteção do consumidor, parte mais fraca da relação.

Por tal motivo, o fornecedor do crédito deve agir com probidade e boa-fé, seja pelo efetivo cumprimento dos deveres anexos ao contrato, seja pela observância dos princípios constitucionais atinentes à matéria consumerista, como a publicidade, a cooperação e a confiança que o consumidor deposita na instituição financeira que lhe oferece o crédito.

Sendo assim, os contratos devem conter uma função informativa como decorrência do princípio da boa-fé objetiva, sendo imprescindível a exigência de um conteúdo mínimo de informações e de publicidade ao consumidor contratante.

Registre-se que o endividamento do consumidor brasileiro se coloca não apenas como um problema financeiro, mas também social e jurídico que o exclui do mercado de consumo.

Diante disso, relevante se faz a elaboração de uma nova lei que verse sobre a questão do superindividamento e que tenha o condão de garantir ao consumidor a proteção do mínimo existencial e da dignidade da pessoa humana.

Dessa feita, sugere-se uma legislação que traga em seu bojo medidas de proteção ao consumidor e deveres instrumentais ao fornecedor, em notória vantagem técnica, tais como: a proibição de publicidades que incitem o consumidor a recorrer ao crédito rápido e fácil; a responsabilização do profissional pela concessão de crédito que ultrapasse a capacidade de reembolso do consumidor e que prejudique sua subsistência e de sua família; e a imposição de uma dever geral de informação e de aconselhamento para uma adequação do crédito pretendido às condições financeiras do consumidor, evitando-se, assim, o superindividamento.

Por enquanto, apesar de ainda não existir legislação específica para tratar do tema do endividamento decorrente das relações de consumo, em especial o bancário, é possível combater certos abusos por meio de revisão de cláusulas contratuais abusivas, do controle da publicidade, dentre outros.

Todavia, o que se vê na prática é bem diferente. Na maioria das vezes, as questões que envolvem as relações de consumo acabam por ser submetidas ao crivo do Poder Judiciário que, muitas vezes, se utiliza da equidade para a solução dos conflitos de interesse.

Torna-se, portanto, imprescindível tanto ao legislador quanto ao aplicador do Direito atentarem para a questão do superindividamento bancário, intimamente relacionado com os reflexos da economia frente à sociedade de consumo.

Ademais, deve-se dar especial atenção à elaboração e ao controle das normas aplicáveis às relações de consumo, de maneira que se possa sempre atender às expectativas

sociais de efetiva defesa dos cidadãos que realizam, a todo instante, atos e negócios jurídicos desta natureza, jamais se deixa de lado a observância dos princípios e direitos fundamentais elencados na Constituição Federal, em especial a dignidade da pessoa humana.

Nesse passo, cabe ao Poder Público a fiscalização de uma legislação que, de fato, proteja as relações de consumo e mantenha seu equilíbrio econômico - financeiro.

Por derradeiro, cumpre mencionar que também é papel fundamental do Estado o fomento da educação para o consumo, com o fito de orientar o consumidor desde o momento da oferta até a contratação do crédito.

Sem a participação efetiva do Estado nas relações privadas em um país como o Brasil, a lei se torna inócua, sem sentido e sem alcance social.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria Geral do Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.
- BENJAMIM, Antonio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. *Manual de Direito do Consumidor*. 3. ed. RT, 2010.
- _____. MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Forense, 2009. 411 p.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Direito do Consumidor*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento*. Biblioteca de Direito do Consumidor. RT, v. 20, 2011.
- COSTA, Maria Aracy Menezes da. Os novos poderes/direitos oriundos do contrato no Código Civil de 2002 e no Código de Defesa do Consumidor: vontade das partes. In: _____. *A Nova Crise do Contrato: Estudos sobre a nova teoria contratual*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Direito do Consumidor*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- GIANCOLI, Brunno Pandori. *O Superendividamento do Consumidor Como Hipótese de Revisão dos Contratos de Crédito*. Verbo Jurídico, 2011.
- LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superindivíduo Aplicado: Aspectos Doutrinários e Experiência no Poder Judiciário*. 3. ed. Rio de Janeiro: GZ, 2012.
- MARQUES, Claudia Lima. *Contratos No Código de Defesa do Consumidor*. 6. ed. RT, 2011.

_____. Lunardelli, Rosângela. *Direitos do Consumidor Endividado*. Col. Biblioteca de Direito do Consumidor. RT, vol. 29, 2011.

NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.