

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE DIREITO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO

Camila Mendes Nunes

O DEVER DE INFORMAR DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NOS CONTRATOS DE
CRÉDITO COMO FATOR DE PREVENÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO

Porto Alegre

2015

CAMILA MENDES NUNES

**O DEVER DE INFORMAR DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NOS CONTRATOS
DE CRÉDITO COMO FATOR DE PREVENÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Direito do Consumidor pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Claudia Lima Marques

Porto Alegre

2015

CAMILA MENDES NUNES

**O DEVER DE INFORMAR DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NOS CONTRATOS
DE CRÉDITO COMO FATOR DE PREVENÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Direito do Consumidor pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Claudia Lima Marques

Aprovada em 21 de dezembro de 2015.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Claudia Lima Marques

Orientadora

Prof. Dr. Bruno Nubens Barbosa Miragem

Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi

Profa. Dra. Clarissa Costa de Lima

Ao Gustavo, meu parceiro de vida, meu amor e melhor amigo, fonte de tanta compreensão e paciência, que só o amor incondicional é capaz de permitir. Uma verdadeira prova de amor!

Aos meus pais, que são meu porto seguro, meu apoio cheio de amor, e me ensinaram o valor da dedicação e do trabalho árduo.

Aos meus irmãos, minhas joias, meus amores, os primeiros que despertaram em mim o sentimento de proteção pelo outro.

Sentimento este que, com toda a certeza, é o propulsor da minha paixão pelo Direito do Consumidor.

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pela estrutura e apoio que oferecem à pesquisa. Em especial, a todos seus servidores, estes homenageados nas pessoas de Rose e Denise, por toda a dedicação e por sempre me receberem com um sorriso acolhedor. Lá me sinto em casa.

Ao Grupo de Pesquisa CNPq “Mercosul e Direito do Consumidor”, pela oportunidade inigualável de aprendizado intelectual e pessoal.

À Ades e sua equipe, pela ajuda, carinho e parceria de sempre.

Aos mestres que encontrei durante o Mestrado, todos muito importantes para a minha formação.

Aos amigos que conheci na UFRGS durante esses dois intensos anos, por toda parceria e amizade: Laura, Maristela, Sophia, Ardyllis, Simone, Lúcia, Juliano, Diego, Matheus, Cassio, Renata, Carolin, obrigada por tudo!

Por fim, e de forma especial, quero agradecer à Professora Dra. Claudia Lima Marques, minha orientadora, por ter me recebido tão generosamente e pelo exemplo de pessoa e profissional, que, incansável na luta por um mundo mais justo, ajuda-nos a acreditar que isso é possível.

RESUMO

O superendividamento do consumidor é uma realidade preocupante da sociedade atual. A prevenção é um dos mais eficazes meios de se combater esse problema social. A informação, já consagrada como direito básico dos consumidores no artigo 6º, III, do CDC, torna-se ainda mais importante nesse contexto. Os contratos de crédito têm por característica sua complexidade, sendo extremamente difícil ao consumidor leigo entendê-los e compreendê-los. Prazos, taxas, juros, capitalização de juros, comissão de permanência, multas, contratos conexos, tudo isso se torna um emaranhado indecifrável ao consumidor. Dessa forma, acredita-se que o efetivo cumprimento do dever de informar das instituições financeiras nos contratos de crédito é um meio eficaz de prevenir o superendividamento do consumidor. A presente dissertação de mestrado analisa as fontes e a dimensão que alcança o dever de informar das instituições financeiras no contexto pré-contratual dos contratos de crédito, frente às causas do superendividamento do consumidor, pretendendo averiguar se é possível a prevenção do superendividamento através da informação e, se positivo, como será possível e quais os limites que comporta. Assim, analisar-se-á a legislação atual para examinar se é suficiente à adequada proteção do consumidor, procurando investigar como a doutrina e a jurisprudência brasileira estão tratando do assunto. Após, analisar-se-á o Projeto de Lei do Senado nº283/2012, que propõe a atualização do Código de Defesa do Consumidor, inserindo capítulo destinado à prevenção e tratamento do superendividamento do consumidor, procurando examinar se a proposta legislativa avança nas medidas de prevenção do superendividamento através da imposição de um dever de informar mais rigoroso às instituições financeiras.

Palavras-chave: Proteção do consumidor. Contrato de crédito. Superendividamento. Dever de informar. Prevenção.

ABSTRACT

The consumer's over-indebtedness is a worrying reality of the today's society. Preventing it is one of the most effective ways of combating this social issue. The information, already established as a basic right of consumers under article 6th, III, of Brazilian Consumer Defence Code, turns up to be even more important in this context. The credit agreements have as feature their complexity, being extremely hard to the lay consumer to understand and to comprehend it. Terms, rates, interests, interest capitalization, continuity commission, fines, related contracts, all this becomes an indecipherable tangle to the consumer. Thus, it is believed that the effective execution of the duty to inform of the financial institutions in the credit agreements is an efficient way to prevent the consumer's over-indebtedness. The present master's dissertation analyzes the sources and the dimension that the duty to inform of financial institutions reaches in the pre-contractual context of the credit agreements, facing the causes of consumer's over-indebtedness, aiming to ascertain if it is possible to prevent the over-indebtedness through information and, if positive, how is it achievable and which are the limits. Thereby, the current legislation will be analyzed to examine if it is enough to the appropriate consumer's protection, seeking to investigate how the Brazilian doctrine and jurisprudence are handling the subject. Thereupon, the Senate proposed bill n. 283/2012 will be analyzed. This bill proposes the update of Brazilian Consumer Defence Code, inserting a chapter headed for prevention and treatment of consumer's over-indebtedness. The proposed bill will be examined to verify if it makes progress in the measures to prevent over-indebtedness through the imposition of a stricter duty to inform to financial institutions.

Keywords: Consumer's protection. Credit Agreement. Over-indebtedness. Duty to Inform. Prevention.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 O DEVER DE INFORMAR NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	12
2.1 A atual sociedade de consumo e a vulnerabilidade informacional.....	12
2.2 A informação como mecanismo de proteção do consumidor.....	19
2.3 Autonomia do dever de informar e o papel dimensionador da boa-fé objetiva.....	28
3 O DEVER DE INFORMAR NOS CONTRATOS DE CRÉDITO.....	40
3.1 O contrato de crédito: o instrumento, o enquadramento legal e a posição do consumidor	40
3.2 Em busca do consentimento racional e refletido do consumidor	48
3.3 A dimensão do dever de informar das instituições financeiras nos contratos de crédito	63
4 O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR E SUA PREVENÇÃO ATRAVÉS DO DEVER DE INFORMAR	77
4.1 O superendividamento: um problema grave e atual	77
4.2 Atualização do CDC: o avanço nas medidas de prevenção do superendividamento 	88
4.3 Dever de informar como meio de prevenção: alcance e limites.....	98
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116

1 INTRODUÇÃO

A massificação do crédito foi, sem dúvida, um elemento determinante para o crescimento da economia nos últimos tempos. Quanto mais crédito se tem, mais se consome e, por via de consequência, mais a economia se fortalece. O acesso ao crédito se tornou fácil para qualquer classe social e financeira. Mais que facilidade, a agressividade da oferta pelas instituições fornecedoras expandiu a sua utilização sobremaneira na sociedade atual.

Todavia, a facilitação do acesso ao crédito na sociedade contemporânea tem desafiado a proteção efetiva do consumidor no direito brasileiro.

Isso porque o crédito fácil e rápido (como inclusive é vendido) se tornou um problema para o próprio consumidor: o grau de endividamento aumentou, e ele se viu impossibilitado de arcar com seus compromissos.

Hoje em dia, há um problema de insolvência generalizada, razão pela qual buscam-se mecanismos legais suficientes a proteger os consumidores, que ficam impotentes frente à força das instituições financeiras.

O superendividamento do consumidor é uma realidade patente, fenômeno tratado como problema social e de política econômica, que vem sendo tema de debate e preocupação, e traz a necessidade de regulação e proteção do consumidor.

A doutrina define o superendividamento como “a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo”¹.

É nesse cenário que surge a necessidade de se alcançar maior proteção aos consumidores, seja no que se refere à prevenção, seja quanto ao tratamento do superendividamento.

A informação, já consagrada como direito básico dos consumidores em todas as relações de consumo, torna-se ainda mais importante nesse contexto. Os contratos de crédito têm por característica sua complexidade, sendo extremamente difícil (senão impossível) ao consumidor leigo entendê-los e compreendê-los. Prazos, taxas, juros, capitalização de juros, comissão de permanência, multas, contratos conexos, tudo isso se torna um emaranhado indecifrável ao consumidor.

Dessa forma, o dever de informar do fornecedor – e seu estrito cumprimento – é meio

¹ MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 55, p. 11-52, jul.-set./2005. p. 13.

de proteger o consumidor e prevenir o superendividamento.

A proteção do consumidor através do Código de Defesa do Consumidor é materialização da vontade do legislador constituinte que, no artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988, deu à defesa do consumidor caráter de direito fundamental. A lei consumerista, a partir do reconhecimento de que todo o consumidor é vulnerável (artigo 4º, I, do CDC), busca resgatar o equilíbrio na relação de consumo, a qual é reconhecida por ser desigual desde a sua origem.

Considerada hoje um valor social, a informação é direito subjetivo “qualificado como essencial à pessoa humana, cuja proteção configura um dos pilares do Estado Democrático”². A CF/88, no seu artigo 5º, XIV, considera a informação direito fundamental. É direito que se reveste de papel distinto no Estado Democrático de Direito (quando em comparação ao modelo liberal). Assim, assegura-se a informação, pois é indispensável à democracia o processo de comunicação. O cidadão tem o direito de ser informado, pois na sociedade atual “somente um indivíduo bem informado é capaz de exercer os diversos papéis que lhe são reservados na convivência social”³, dentre os quais o de consumidor.

Especificamente no que diz com as relações de consumo, o CDC consagra a informação como um direito básico do consumidor no seu artigo 6º, III.

Importante, inicialmente, esclarecer que desse direito básico à informação do consumidor nasce o dever de informar dos fornecedores, sendo um ônus que têm em razão da atividade econômica que exercem. É dizer que o direito só será atendido se o dever for cumprido.⁴ Então, imperioso o estudo do cumprimento do dever de informar, e o papel que exerce para a proteção do consumidor.

É a proposta desse trabalho. Como primeira hipótese, tem-se que o efetivo cumprimento do dever de informar das instituições financeiras nos contratos de crédito é um meio eficaz de prevenir o superendividamento do consumidor.⁵ Como decorrência, a segunda hipótese é a de que a atualização do CDC, com os acréscimos previstos no Projeto de Lei do

² BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 46.

³ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p.42-43.

⁴ Veja em LÔBO: “O direito fundamental à informação resta assegurado ao consumidor se o respectivo dever de informar, por parte do fornecedor, estiver cumprido. É o ônus que se lhe impõe, em decorrência do exercício de atividade econômica lícita.” LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595 – 614, abr./2011. p. 6.

⁵ “O maior instrumento de prevenção do superendividamento dos consumidores é a informação”. MARQUES, Cláudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 10.

Senado Federal n. 283/2012⁶, juntamente a um esperado esforço da jurisprudência brasileira, será instrumento capaz de alcançar a adequada prevenção.

Assim, a partir do entendimento do papel da informação no direito do consumidor, pretende-se demonstrar o papel relevantíssimo que tem nos contratos de crédito e como age para a prevenção do superendividamento. Procurar-se-á, ao fim, responder qual a verdadeira dimensão do dever de informação das instituições financeiras no contexto pré-contratual dos contratos de crédito, quando esse dever é considerado cumprido, em que rigor a jurisprudência tem exigido o cumprimento desse dever e quais os mecanismos existentes no direito brasileiro que são capazes de garantir ao consumidor o nível adequado de informação para que possa exarar um consentimento verdadeiramente refletido e racional.

Para tanto, o estudo será dividido em três capítulos.

O primeiro é destinado à análise da proteção do consumidor no direito brasileiro, e da informação como instrumento essencial à efetivação dessa proteção. Analisar-se-á a sociedade de consumo atual, bem como os riscos a que estão expostos os consumidores. A partir desse enfoque, analisa-se a vulnerabilidade do consumidor, procurando distinguir a hoje chamada “vulnerabilidade informacional”⁷. Isso para examinar a importância da informação na concretização e efetividade da proteção do consumidor. Ainda nesse primeiro ponto, analisar-se-á a fonte do dever de informar especificamente para as relações de consumo, e como é visto esse dever.

Em um segundo momento, pretende-se analisar o contrato de crédito, buscando as formas de proteção do consentimento refletido e racional do consumidor e quais as dimensões do dever de informar das instituições financeiras nessas relações. Assim, analisa-se quando a informação será considerada suficiente nos contratos de crédito. Será analisado o dever de informar das instituições financeiras, dando ênfase ao contexto do pré-contrato, buscando no CDC os dispositivos que protegem o consentimento do consumidor, bem como a real dimensão que o dever de informar alcança nos contratos de crédito. Referido exame passa pelos artigos 37, 46, 49, 52 e 54 do CDC⁸, bem como pelos deveres oriundos do princípio da boa-fé objetiva. Ao longo do desenvolvimento da pesquisa, serão analisados alguns pontos em cotejo às normativas e jurisprudência do direito francês, considerado modelo no tratamento do

⁶ BRASIL. Projeto de Lei do Senado n. 283 de 2012. *Planalto*. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/diarios/BuscaDiario?tipDiario=1&datDiario=29/10/2015&paginaDireta=00272>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

⁷ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 158.

⁸ Veja: MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. atual. ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

tema.

No terceiro momento, insere-se a realidade do superendividamento do consumidor, para que, mediante tal compreensão, seja permitido pensar se é possível a prevenção através da informação e, se positivo, como ela ocorre. Analisar-se-á o PLS n. 283/ 2012, que propõe atualização do CDC, inserindo capítulo destinado à prevenção e tratamento do superendividamento do consumidor.

O Brasil ainda não conta com legislação específica sobre o tema, o Projeto é visto como um grande avanço na proteção do consumidor brasileiro. No que se refere ao dever de informação, impõe às instituições financeiras deveres específicos e detalhados. Ainda que se reconheça que o fenômeno do superendividamento não possa ser resolvido apenas com informação⁹, acredita-se que tais modificações são de extrema importância para a prevenção do superendividamento no Brasil, e, com esse estudo, pretende-se demonstrar tais razões.

⁹ Veja LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

2 O DEVER DE INFORMAR NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

2.1 A atual sociedade de consumo e a vulnerabilidade informacional

Para que se entenda adequadamente a importância do direito do consumidor, assim como o papel da informação para a proteção desse sujeito vulnerável, são indispensáveis algumas reflexões acerca da sociedade de consumo atual.

A sociedade sofreu, com o passar do tempo, diversas transformações. Isso é incontestável. Em especial, a sociedade de consumo¹⁰ foi fortemente afetada pela evolução social.

Lipovetsky distingue três grandes momentos na história da sociedade de consumo: A Fase I iniciando nos anos 80 do século XIX, e terminando com a Segunda Guerra Mundial, marcada pelo aperfeiçoamento das máquinas de produção contínua, avanços em infraestrutura, o que fez elevar a quantidade da produção, reduzindo custos e fazendo surgir a produção em massa. Começa ainda nessa fase o marketing de massa, intensifica-se a publicidade e surge o consumidor das marcas.

A partir de 1950, inicia-se a Fase II, com a marca de um excepcional crescimento econômico. É a sociedade da abundância, modelo puro da sociedade do consumo de massa. A felicidade muda de sentido, e a sociedade se mobiliza para criar uma vida confortável e fácil para todos. O crédito é encorajado para que as pessoas possam ter seus objetos de desejo, e o investimento publicitário se multiplica (fazendo nascer consumidores com vontade de consumir cada vez mais). Essa fase é marcada por valores materialistas e tem seu fim no final dos anos 70, quando tem início um novo ato das economias de consumo: a Fase III, que se desenrola nos tempos atuais.¹¹

O hiperconsumo e o hipermaterialismo marcam essa fase¹², em que o consumo ganha a função de mostrar a identidade das pessoas.¹³ Quanto mais se consome, mais se quer

¹⁰ Segundo Bauman: “Nossa sociedade é uma sociedade de consumo.” BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. p. 87.

¹¹ LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 24-32.

¹² LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 32.

¹³ Bauman salienta que “a ‘subjetividade’ dos consumidores é feita de opções de compra – opções assumidas pelo sujeito e seus potenciais compradores; sua descrição adquire a forma de uma lista de compras. O que se supõe ser a materialização da verdade interior do self é uma idealização dos traços materiais – ‘objetificados’ – das escolhas do consumidor”. BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 24.

consumir, na era da comercialização moderna das necessidades, orquestrada por uma lógica emocional. Canclini refere que atualmente as identidades “configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir”¹⁴.

O desenvolvimento tecnológico e científico, com o conseqüente desenvolvimento econômico, acarretou avanços significativos ao mercado de consumo, com a facilitação do transporte de produtos e pessoas, a imediatidade da informação e da comunicação, a globalização, a democratização do acesso aos produtos e serviços.¹⁵

A publicidade também avançou (e muito). Ao fornecedor já não basta divulgar o produto, é preciso mitificar a marca e fazer o consumidor apaixonar-se por ela. A publicidade é feroz, fragmenta-se em execuções múltiplas e em estilos diversificados¹⁶ e é capaz de criar necessidades¹⁷ referentes aos produtos e serviços lançados no mercado.¹⁸

Bertoncello observa a autonomia da vontade racional, a partir de estudos de psicologia e análise da ação do marketing na mente humana. Através do estudo, são extraídas quatro fases da formação da vontade: concepção, deliberação, decisão e execução. A fase da concepção liga-se à imaginação, a deliberação vincula-se ao momento em que pode haver alguma indecisão, onde se restabelece a ponderação acerca de todas as conseqüências do ato; a decisão faz cessar a incerteza, permitindo a solução; por fim, a execução concretiza o ato. A partir dessa perspectiva, entende possível o direcionamento da vontade do vulnerável durante seu processo de formação.¹⁹ Em última análise, as técnicas de marketing conseguem adentrar na mente do consumidor vulnerável, que consome nem sempre por necessidade.

A “Revolução Informacional”²⁰, que veio após a Revolução Industrial, marca a

¹⁴ CANCLINI, Néstor García. *Consumidores cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 8. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. p. 39.

¹⁵ GREGORI, Maria Stella. O novo paradigma para um capitalismo de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 247-257, jul./set. 2010. p. 248.

¹⁶ LIPOVETSKY chama a atenção ao fato de que os anúncios publicitários são renovados todos os seis ou oito meses, exemplificando: a *Coca-Cola* apresentou 1 anúncio em 1986, e 17 em 1997; a *Levi's*, desde 1995, apresenta de 2 a 3 anúncios por ano; e a *Absolut Vodka* possui 500 anúncios que combinam unidade e diferença. (LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 82.)

¹⁷ Veja BAUMAN: “ao contrário da promessa declarada (e amplamente aceita) dos comerciais, o consumismo não se refere à satisfação dos desejos, mas à incitação do desejo”. (BAUMAN, Zygmunt. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. p. 120.)

¹⁸ LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595-614, abr./2011. p. 4.

¹⁹ BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Direito de Arrependimento do Consumidor de Crédito: Evolução no Direito Comparado e Oportunidade/Conveniência da Regulamentação nos Contratos de Crédito Consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 81, p. 261-288, jan./2012.

²⁰ Segundo LISBOA: “Desde o século XVIII até os nossos dias, dentre as inúmeras revoluções sócio-econômicas, uma se tornou incontestavelmente um “divisor de águas” na vida privada, enquanto que uma outra já vem sendo amplamente divulgada, em face da introdução das novas tecnologias. São elas: a revolução industrial e a revolução informacional.” (LISBOA, Roberto Senise. *O consumidor na sociedade da informação*.)

introdução de novas tecnologias na vida social. Assim, a sociedade informacional sucedeu a sociedade industrial.

Essa sociedade da informação traz inúmeras mudanças à vida das pessoas. Os meios de escritas convencionais são substituídos por computadores (o primeiro computador, criado entre 1943 e 1945, tinha 13 metros de altura por 12 metros de comprimento)²¹, surge a internet, introduzindo a comunicação direta à distância, os meios de comunicação e os de transporte passam a ser controlados pela informatização, contratos são realizados à distância, assinaturas são postas em documentos através de senhas. Mas a sociedade da informação não se resume apenas ao mundo virtual: a informação está em toda a parte, em todo o lugar, em todo o momento. Na era da informação, a economia é baseada no conhecimento, e nesse sentido é uma economia diferente, possui regras novas e exige novas formas de negociação. E assim, “a informação passa a ter cada vez mais valor econômico”²².

Frente a essa realidade, é constante o desafio à proteção do consumidor²³, que se torna mais difícil em razão da forma de produção, distribuição e comercialização dos bens e serviços no mercado: há o total controle dos fornecedores e o total descontrole dos consumidores, que ficam alheios a todas as etapas da cadeia de consumo.²⁴

Com tantas mudanças, por certo os hábitos de consumo sofreram os efeitos da evolução, vez que “a revolução informacional reflete-se sobre todas as relações sociais”²⁵. Hoje prevalece a grande facilidade de consumir. Antigamente, o consumidor precisava se deslocar para os locais em que os produtos eram vendidos. Atualmente, os pontos de venda se deslocam para os locais em que o consumidor está. Exemplo desse fato é o espaço virtual. O consumidor tem a possibilidade de consumir do local que bem entender, basta ter um computador, um *notebook*, um *tablet* ou até mesmo um *smartphone* que cabe no seu bolso. Consumir é cada vez mais fácil, a necessidade de se deslocar para isso é cada vez menor. Essa facilidade afeta a escolha racional do consumidor, que fica cada vez mais prejudicada. Nesse

Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 61, p. 203–229, jan.-mar./2007. p. 1-2.)

²¹ Liga-se o início da sociedade da informação ao surgimento do primeiro computador, o ENIAC: uma calculadora eletrônica criada durante a guerra (entre 1943 e 1945) para ajudar o exército norte-americano a obter informações sobre o inimigo. Veja, nas palavras de LISBOA: “o primeiro computador surgiu como necessidade estratégica de guerra”. (LISBOA, Roberto Senise. O consumidor na sociedade da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 61, p. 203–229, jan-mar/2007. p. 4-5.)

²² LISBOA, Roberto Senise. O consumidor na sociedade da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 61, p. 203–229, jan-mar/2007. p. 18.

²³ Veja GHERSI, que sustenta que a pós-modernidade jurídica traz ambiguidade, complexidade e conflitos, e desafia o direito, tendo como maiores problemas a resolver: o dano, sua prevenção e reparação. (GHERSI, Carlos Alberto. *La posmodernidad jurídica*. Buenos Aires: Gowa, 1995. p.13-14.)

²⁴ SANTANA, Héctor Valverde. Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 98, p. 135 -151, mar.-abr./2015. p. 4.

²⁵ LISBOA, Roberto Senise. O consumidor na sociedade da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 61, p. 203–229, jan-mar/2007. p. 10.

passo, fala-se que a formação do consentimento é “ponto fraco do *homo consumericus*”²⁶, e por isso, alvo de fornecedores.²⁷

Assim, problemas que se modificam em velocidade assustadora perturbam essa sociedade, chegando-se a duvidar da capacidade do Direito em dar soluções satisfatórias. O modelo contratual tradicional mostra-se insuficiente a acompanhar o novo estilo de vida, “da valorização dos serviços, do lazer, do abstrato e do transitório”, em uma época denominada por muitos de pós-modernidade.²⁸

Característico dessa sociedade de consumo atual, do fenômeno da massificação e despersonalização contratual e da adoção de novas técnicas na formação dos contratos, é a figura do contrato de adesão.²⁹ Não se ignora, pois, que a forma de contratar pela adesividade foi uma imposição das necessidades da vida econômica³⁰, fazendo parte do movimento de transformação do contrato em “instrumento objetivo e impessoal”³¹. Há a redução drástica de liberdade e autonomia de vontade de uma das partes. Roppo chega a dizer que o contrato de adesão pode ser considerado “o fenômeno através do qual se consubstanciam, hoje, algumas das mais significativas e graves formas de restrição da liberdade contratual”³².

Essa mudança de paradigmas acarreta a alteração do fundamento tradicional do direito dos contratos, baseada na liberdade contratual e autonomia da vontade das partes contratantes, em que dois parceiros em posição de igualdade discutiam livremente as cláusulas do contrato que estavam firmando.³³ Há quem fale “na morte do contrato”³⁴ ou “na nova crise do contrato”³⁵, decorrente da forte redução da liberdade e da autonomia privada das partes, o que

²⁶ Expressão de LIPOVETISKY. (LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 14.)

²⁷ EBERLIN, Fernando Büscher Von Teschenhausen. Contratação refletida na sociedade de consumo: o direito de arrependimento como proteção do consentimento do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 46-73, out/2010.

²⁸ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 168-169.

²⁹ Releva lembrar que a concepção clássica do contrato – forjada a partir dos séculos XVII e XVIII – recepcionada pelas grandes codificações como o Código de Napoleão de 1804, era aquela em que o contrato representava a liberdade individual do agir humano para a satisfação dos próprios interesses. Não havia possibilidade de intervenção de terceiros, sejam particulares ou Estado, o contrato era lei entre as partes (*pacta sunt servanda*). (MIRAGEM, Bruno. O novo modelo de direito privado e os contratos: entre interesses individuais, sociais e direitos fundamentais. In: MARQUES, Claudia Lima (Coord.). *A nova crise do contrato: estudos sobre a nova teoria contratual*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p.176-225. p. 177.)

³⁰ GOMES, Orlando. *Contratos*. 24. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 118.

³¹ ROPPO, Enzo. *O Contrato*. Coimbra: Almedina, 1988. p. 309.

³² ROPPO, Enzo. *O Contrato*. Coimbra: Almedina, 1988. p. 311.

³³ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 70.

³⁴ HILLMAN, Robert A. The triumph of Gilmore's *The Death Of Contract*. *Northwestern University Law Review*, v. 90, n.1, p. 32-48, 1995.

³⁵ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 70.

faz surgir a necessidade de maior intervenção do Estado no sentido de proteger e garantir o equilíbrio entre os interesses legítimos e da confiança dos contratantes.³⁶

Nessa sociedade atual, a hipercomplexidade (decorrente da massificação dos contratos, das práticas modernas de mercado, da crescente despersonalização do contrato, etc.) cria uma crise na confiança, em razão da ruptura na crença de comportamentos tradicionais, reclamando assim a proteção da confiança com efetividade pelo direito. O mercado se reorienta em razão da economia digitalizada.³⁷ Daí a necessidade de se definir um novo paradigma nos contratos de consumo, que faça restabelecer essa confiança nos padrões de comportamento das partes.³⁸ Baudrillard bem refere que “o preço mais elevado da sociedade de consumo é o sentimento de insegurança generalizada que ela engendra”.³⁹

É nessa sociedade evoluída e pós-moderna⁴⁰ que os riscos aos consumidores se multiplicam. Inevitavelmente, o progresso da abundância com a disposição de bens e serviços em grande quantidade não vem sozinho, traz também prejuízos que, segundo Baudrillard, decorrem “por um lado, do desenvolvimento industrial e do progresso técnico e, por outro, das próprias estruturas do consumo”.⁴¹

Nesse sentido é que todo esse desenvolvimento tecnológico e científico, que inegavelmente trouxe benefícios, aumentou infinitamente os riscos do consumidor. Isso porque na produção em série, um pequeno erro ou um único defeito de concepção pode causar danos sérios e efetivos para um número incontável de consumidores.⁴²

Exemplo é o caso de uma grande empresa – a Firestone – que adotou comportamento omissivo a respeito de defeito na fabricação de seus pneus. O defeito vinha à tona no percurso

³⁶ MIRAGEM, Bruno. O novo modelo de direito privado e os contratos: entre interesses individuais, sociais e direitos fundamentais. In: MARQUES, Claudia Lima (Coord.). *A nova crise do contrato: estudos sobre a nova teoria contratual*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. p. 176-225. p. 177.

³⁷ Nas palavras de MARTINS, Fernando Rodrigues. Sociedade da informação e promoção à pessoa. Empoderamento humano na concretude de novos direitos fundamentais. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 96, p. 225-257, nov.-dez./2014. p. 5.

³⁸ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 4.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 230.

³⁹ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. São Paulo: Edições 70, 1981. p. 25.

⁴⁰ Veja que Bauman esclarece as diversas denominações. Fala em estágios da sociedade moderna, sendo a atualidade o estágio final moderno (Giddens), segundo estágio moderno (Beck), supramoderno (Balandier) ou pós-moderno. (BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. p. 88.)

⁴¹ BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. São Paulo: Edições 70, 1981. p. 25.

⁴² Cavalieri elenca alguns exemplos de tragédias ocorridas na história: “Nos Estados Unidos, entre 1960 e 1962, um medicamento anticolesterol, chamado MER-29, provocou graves defeitos visuais em milhares de pessoas – mais de cinco mil -, inclusive cegueira, pelo que foi retirado do mercado. Todos nos lembramos da vacina Salk, contra poliomielite. Por um defeito de concepção, essa vacina acabou provocando a doença em centenas de crianças na Califórnia. Na França, em 1972, o talco Morhange causou intoxicação em centenas de crianças, levando algumas delas à morte, também em decorrência de um defeito de concepção. São os riscos do desenvolvimento, riscos em massa, riscos coletivos”. (CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de Direito do Consumidor*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 3-4.)

de grandes distâncias em alta velocidade, quando ocorria o rompimento da banda de rodagem (parte do pneu que encosta no solo), que se soltava das laterais e destruía o pneu em pouco tempo. A empresa se manteve silente por três anos, e é estimada uma média de 400 pessoas feridas e 103 vítimas fatais em razão de acidentes decorrentes do problema.⁴³

Ainda, é de se pensar também nos pequenos problemas com os quais o consumidor se depara no dia-a-dia por não possuir informação adequada. Problemas na prestação de informação na realização de contratos, como por exemplo, de seguro⁴⁴, locação de veículos⁴⁵, de compra e venda de bens⁴⁶, de crédito⁴⁷, de telefonia⁴⁸, de transporte aéreo⁴⁹, entre tantos outros.

A todos esses riscos da vida na sociedade de consumo as pessoas ficam expostas – e fala-se em ‘pessoas’, porque todas as pessoas que vivem nessa sociedade são consumidoras.⁵⁰

Todos os exemplos citados exaltam o enorme déficit informacional do consumidor frente ao fornecedor. A emergência da sociedade de consumo agrava esse abismo. E, assim, certamente não há reflexão necessária do consumidor. Esse fato faz com que o consumo aumente. Bauman resume muito bem, referindo que quando “a espera é retirada do querer e o querer da espera, a capacidade de consumo dos consumidores pode ser esticada muito além dos limites estabelecidos por quaisquer necessidades naturais ou adquiridas”⁵¹.

Importa, pois, refletir, na esteira do entendimento de Marques, que a vulnerabilidade informacional é básica do consumidor, intrínseca à relação de consumo, sendo o maior fator de desequilíbrio da relação entre consumidores e fornecedores.⁵² Também nesse sentido

⁴³ ALBUQUERQUE, Fabíola Santos. O dever de informar nas relações de consumo. *Revista Trimestral de Direito Civil*, Rio de Janeiro, n. 5, p. 83-100, 2001.

⁴⁴ Nesse sentido: RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70065104838. Apelante: Renata da Silva Denz. Apelado: Azul Companhia de Seguros Gerais. Relator: Jorge Luiz Lopes do Canto. Porto Alegre, 30 set. 2015.

⁴⁵ Nesse sentido: RIO GRANDE DO SUL. Turmas Recursais. Recurso Cível N. 71005077243. Recorrente: Paulo Augusto Muller. Recorrida: Localiza Rent a Car S.A. Relator: Fabiana Zilles. Porto Alegre, 24 mar. 2015.

⁴⁶ Nesse sentido: RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70016135774. Apelante: Sul América Capitalização S.A. Apelada: Gilda da Silva Krause Coelho. Relator: Jorge Alberto Schreiner Pestana. Porto Alegre, 08 maio 2008.

⁴⁷ Nesse sentido: RIO GRANDE DO SUL. Tribunal De Justiça. Apelação Cível N. 70054367602. Apelante/apelado: Dagoberto Rocha Ribeiro. Apelado/apelante: Banrisul. Relator: Mário Crespo Brum. Porto Alegre, 23 maio 2013.

⁴⁸ Nesse sentido: RIO GRANDE DO SUL. Turmas Recursais. Recurso Cível N. 71004206470. Recorrente: Claro S.A. Recorrida: Almerinda dos Santos Caetano. Relator: Lucas Maltez Kachny. Porto Alegre, 12 nov. 2013.

⁴⁹ Nesse sentido: RIO GRANDE DO SUL. Turmas Recursais. Recurso Cível N. 71005377650. Recorrente: Gol Linhas Aéreas Inteligentes. Recorridos: Luciana Gemelli Eick e Arthur Maria Ferreira Neto. Relator: Roberto Behrendorf Gomes da Silva. Porto Alegre, 20 maio 2015.

⁵⁰ DUQUE, Marcelo Schenk. A proteção do consumidor como dever de proteção estatal de hierarquia constitucional. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 71, p. 142-167, jul./set. 2009. p. 144.

⁵¹ BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. p. 90.

⁵² MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações*

entende Lorenzetti, para quem a distância da informação do consumidor em relação ao conhecimento do fornecedor - o que chama de “brecha informativa” - é o maior fator de desequilíbrio da relação contratual. Essa dissonância é verificada de forma empírica, e permite afirmar que a informação é escassa no mercado de consumo.⁵³

Registra-se que são comuns (e se multiplicam) as demandas judiciais em que os consumidores buscam informações através de documentos relacionados a seus contratos de consumo com empresas fornecedoras.⁵⁴ Tudo isso se dá em razão da não entrega dos documentos pelos fornecedores, quando do início da contratação. No entendimento de Marques e Miragem, essa constatação demonstra que a vulnerabilidade informacional do consumidor não está suficientemente regulada, e “a prática de mercado não é compensatória o suficiente do déficit informacional do parceiro mais fraco”⁵⁵. Em última análise, o consumidor permanece desprotegido no que se refere à devida informação nas relações de consumo e seu déficit informacional é cada vez mais profundo.⁵⁶

O fornecedor acumula a força econômica, a superioridade técnica e toda a informação.⁵⁷ Ele detém o poder, enquanto o consumidor é o leigo, sem qualquer conhecimento⁵⁸ com relação àquela atividade. É por isso que ao fornecedor incumbe compensar este novo fator de risco na sociedade.⁵⁹

Não há dúvidas, pois, que a sociedade atual agrava o problema da assimetria informacional entre consumidores e fornecedores. A rapidez com que os contratos acontecem, a urgência com que as relações se fazem e desfazem, a emergência com que o estado das coisas se altera tornam impossível ao homem comum acompanhar e absorver tanta informação. E essa realidade leva a outra reflexão: mesmo em se falando de ausência de informação, o mais correto seria falar em inadequação da informação. É dizer que hoje a

contratuais. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 323.

⁵³ LORENZETTI, Ricardo Luiz. *Consumidores*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2003. p. 167-168.

⁵⁴ Veja o exemplo: RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70065200958. Apelante: Banco do Brasil S.A. Apelado: Robinson dos Santos Lagasse. Relator: Catarina Rita Krieger Martins. Porto Alegre, 17 set. 2015.

⁵⁵ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 160.

⁵⁶ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 161.

⁵⁷ LORENZETTI, Ricardo Luiz. *Consumidores*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2003. p. 168.

⁵⁸ Moraes registra que o “desconhecimento é generalizado” e a “complexidade do mundo é ilimitada”, referindo que é impossível ao consumidor conhecer todos os produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo. (MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias. Porto Alegre: Síntese, 1999. p. 142.)

⁵⁹ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 159.

informação não falta, do contrário, ela abunda, sobra, excede, é manipulada e controlada, e, muitas vezes, impertinente⁶⁰ e desnecessária.⁶¹ Assim, tenta-se maquiar com excesso de informação desnecessária⁶² a ausência da informação essencial. Mas o consumidor permanece desinformado.

E, nesse cenário, demonstrado o quão vulnerável é o consumidor no que se refere à distância entre o seu conhecimento e o do fornecedor, o que afeta seu discernimento no momento de contratar, não se pode negar a importância que assume a informação nas relações de consumo.⁶³

2.2 A informação como mecanismo de proteção do consumidor

A vulnerabilidade do consumidor na sociedade atual é crescente, assim como o abismo informacional que existe entre as partes envolvidas em uma relação de consumo, e por isso importante refletir como age a informação para a proteção da parte mais fraca.

A proteção do consumidor é considerada direito fundamental⁶⁴ do cidadão brasileiro. Com a Constituição Federal de 1988, o legislador constituinte elevou a proteção do consumidor à garantia constitucional, estabelecendo no artigo 5º, XXXII, da Carta Magna, que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”⁶⁵. O artigo 170, V, por sua vez, consagrou a defesa do consumidor como princípio norteador da ordem econômica brasileira. Por fim, o artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias sacramentou referindo que “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”⁶⁶. Assim, o

⁶⁰ De acordo com Lorenzetti, a informação deve ser pertinente. (LORENZETTI, Ricardo Luiz. *Consumidores*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2003. p. 168-169.)

⁶¹ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 158.

⁶² MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias. Porto Alegre: Síntese, 1999. p. 142.

⁶³ Marques exalta a importância da informação, trazendo nota de Direito Comparado. Ensina a autora que, na Alemanha, a autonomia de um direito da informação já é considerada como ramo transversal do novo direito privado constitucionalizado. (MARQUES, Cláudia Lima. Apresentação. In: BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 10.)

⁶⁴ É cláusula pétrea, não pode ser abolida nem mesmo por meio de uma emenda à Constituição. (NISHIYAMA, Adolfo Mamoru; DENSA, Roberta. A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 13-45, out./dez. 2010. p. 15)

⁶⁵ BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 11 abr. 2013.

⁶⁶ BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em:

constituente brasileiro não apenas alçou a proteção do consumidor a direito e princípio fundamental, mas também determinou a elaboração de um sistema que garantisse a proteção constitucional.⁶⁷

Instaura-se, assim, uma posição diferenciada do consumidor no ordenamento jurídico, sob a perspectiva de se entender os direitos fundamentais como elementos de ordem objetiva que são, e que revelam os valores que o Estado, além de respeitar e promover, deve garantir aos cidadãos em suas relações privadas. A partir daí, verifica-se um novo alcance dos direitos fundamentais⁶⁸, não mais limitados a gerarem efeitos apenas ao Estado, mas também nas relações privadas, como nas consumeristas.⁶⁹

Em atendimento ao preceito constitucional de proteção do consumidor, foi promulgado o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, que representou “uma verdadeira mudança na ação protetora do direito”⁷⁰. Considerado uma lei principiológica, criou um microssistema, patrocinando “uma mudança de paradigmas nas relações de consumo”⁷¹; culminou na inversão da velha máxima que “por dois mil anos dominara o Direito Civil: de *caveat emptor* para *caveat venditor*”⁷².

Marques salienta que o CDC representa um amplo grupo de normas cogentes, destinado a regular os contratos entre fornecedor e consumidor, de acordo com a nova teoria contratual. Passa-se a uma visão social do direito civil (antes liberal e individualista), que “valoriza a função do direito como ativo garante do equilíbrio, como protetor da confiança e das legítimas expectativas nas relações de consumo no mercado”⁷³.

Ao introduzir o sistema protetivo, o CDC promete equalizar essa relação, que é

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%20C3%A7ao.htm>. Acesso em: 11 abr. 2013.

⁶⁷ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 46.

⁶⁸ Questionou-se a natureza dos direitos fundamentais nesse sentido, tendo em vista que historicamente são atribuíveis a todos, e não a um contra outros. Todavia, tal entendimento esbarra no fato de que, na Constituição, a regulação da ordem econômica perpassa a limitação ao poder político, na posição de sujeito passivo do dever decorrente. Assim, reitera Lôbo que “o fornecedor, detentor do poder econômico, assume idêntica situação passiva ante o direito fundamental, antes apenas reservada aos titulares do poder político”. (LÔBO, Paulo. LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595-614, abr/2011. p. 5.)

⁶⁹ DUQUE, Marcelo Schenk. A proteção do consumidor como dever de proteção estatal de hierarquia constitucional. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 71, p. 142-167, jul./set. 2009. p. 144.

⁷⁰ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 42.

⁷¹ GREGORI, Maria Stella. O novo paradigma para um capitalismo de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 247-257, jul./set. 2010. p. 253.

⁷² MARTINS-COSTA, Judith. Ação indenizatória. Dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo. In: LOPEZ, Teresa Ancona. (coord.) *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente – o paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 277-318.

⁷³ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 42.

desigual desde sua origem. E, assim, essa “figura da desigualdade fática, é que legitimará o tratamento jurídico desigual na medida desta desigualdade real”⁷⁴.

Importante ponderar, com sustento no entendimento de Miragem, que, além de se tratar um direito subjetivo, o direito do consumidor também se trata de um direito humano.⁷⁵ Sendo o seu titular uma pessoa humana, valor-fonte do direito de acordo com a CF/88, consagra o princípio da dignidade da pessoa humana, que é o “principal fundamento de apoio e legitimidade dos direitos fundamentais a que reconduz todo seu sistema de proteção”⁷⁶.

Lembre-se, ainda, que o artigo 170, V, da CF/1988, consagrou a defesa do consumidor como princípio norteador da ordem econômica brasileira e, diante disso, refere FILOMENO que “em verdade o consumidor é destinatário final e principal protagonista da ordem econômica”.⁷⁷

O sistema protetivo introduzido pelo CDC é, nesse sentido, garantidor da igualdade e concretizador da dignidade da pessoa humana na relação de consumo. Importa a esta pesquisa analisar como a informação age – e qual a importância que assume - para que se alcance a efetiva proteção ao consumidor.

Presumindo a desigualdade na relação de consumo, o CDC protege o consumidor impondo regras e deveres aos fornecedores com vistas a reequilibrá-la. Assim, em consonância ao princípio da igualdade – tratando desiguais como desiguais – o CDC tenta igualar fornecedores e consumidores, para alcançar uma relação mais justa.

Para alcançar esse objetivo, o CDC traz princípios basilares e confere direitos básicos ao consumidor, instituindo regras gerais que serão instrumentos de proteção em cada relação de consumo. Assim que, em sua base principiológica, a lei consumerista trouxe a vulnerabilidade do consumidor, delineada no artigo 4º, I⁷⁸, do CDC.

Por meio do princípio da vulnerabilidade, o CDC positiva, no direito brasileiro, o

⁷⁴ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 51.

⁷⁵ Nesse sentido, também Filomeno: “Não se pode, destarte, deixar de reconhecer os chamados “direitos do consumidor”, como uma faceta relevante dos direitos humanos e do cidadão, na medida em que não apenas são universais, como também pela circunstância de que lidam diretamente com a qualidade de vida, um dos fins visados pelo bem comum buscado pela sociedade política.” (FILOMENO, José Geraldo Brito. *Consumidor e Cidadania – Agente político e econômico*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 40, p. 261–265, out.-dez./2001. p. 05.)

⁷⁶ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p.51.

⁷⁷ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Consumidor e Cidadania – Agente político e econômico*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 40, p. 261–265, out.-dez./2001. p. 2.

⁷⁸ Art. 4.º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

reconhecimento da qualidade ou condição de um sujeito mais fraco na relação de consumo, que pode vir a ser “ofendido ou ferido, na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do sujeito mais potente da mesma relação”⁷⁹. A vulnerabilidade, nesse sentido, é pré-jurídica, ou seja, já era presente na existência humana como realidade inerente.⁸⁰ Dessa forma, busca-se o equilíbrio da relação, que já nasce desequilibrada (veja que é importante distinguir: por ser o consumidor vulnerável faticamente frente ao fornecedor, a relação é desequilibrada em sua raiz, em sua origem, não se trata de desequilíbrio posterior).⁸¹

Marques, analisando a etimologia da palavra, explica sua definição: *vulnus* significa ferida, *vulnerare* significa ferido, e, assim, a origem da palavra vulnerabilidade significa ferida, sendo um estado, uma condição “daquele que pode ter um ponto fraco, uma ferida (*vulnus*), aquele que pode ser “ferido” (*vulnerare*) ou é vítima facilmente”.⁸² É o consumidor, no mercado de consumo.

Através do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, prestigia-se o princípio da igualdade. Aliás, é correto afirmar que o princípio da vulnerabilidade é decorrência direta do princípio da igualdade⁸³, que está previsto no *caput* e no inciso I do artigo 5º⁸⁴ da CF/88, e

⁷⁹ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias. Porto Alegre: Síntese, 1999. p. 125.

⁸⁰ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias. Porto Alegre: Síntese, 1999. p. 127.

⁸¹ Veja o posicionamento do Superior Tribunal de Justiça nesse sentido, em voto da Ministra Nancy Andrighi, no julgamento do REsp nº 691.738, em 2005, quando ressaltou a necessidade de se reconhecer a parte mais frágil na relação contratual, para, assim, alcançar o reequilíbrio contratual e, por consequência, a igualdade substancial da relação. Destaca em parte do acórdão: “É já cediça a compreensão tanto pela doutrina, como pela jurisprudência, de que a única maneira de se otimizar a realização do princípio da igualdade é mediante o reconhecimento de que, em algumas situações, os sujeitos de uma relação jurídica não se encontram em posição similar. Nesses casos, em que as circunstâncias de fato provocam um desequilíbrio, tratar esses sujeitos de maneira objetivamente igual não basta para a plena realização do princípio da isonomia. É necessário reequilibrar os pólos da relação, estabelecendo regras excepcionais que tutelem a parte mais frágil. Promove-se, com isso – sempre nos termos estritos da lei – a igualdade substancial entre as partes, em detrimento da mera igualdade formal - que, em última análise, é apenas uma roupagem diferente para o arbítrio” (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 691.738. Recorrente: Administração, Construção e Incorporações de Imóveis Ltda. – Sant’Ana. Recorrido: BESC S/A Crédito Imobiliário. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, 12 maio 2005. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/jsp/revista/abreDocumento.jsp?componente=ATC&sequencial=1817167&num_registro=200401336277&data=20050926&tipo=51&formato=PDF>. Acesso em: 04 mar. 2013.)

⁸² MARQUES, Claudia Lima. Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 95, p. 99-145, set.-out./ 2014. p. 10.

⁸³ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias.

abre o título dos Direitos e Garantias Fundamentais.⁸⁵ Nesse contexto, com sustento na definição de Aristóteles, igualdade é dispensar tratamento igual para os iguais e desigual para os desiguais.⁸⁶ É dizer: se é necessário tratar os iguais de igual forma, deve-se tratar os desiguais de forma desigual.

À luz dessa definição, tem-se como certo que o CDC estabelece critérios de diferenciação⁸⁷ que estão em consonância com a Constituição e o princípio da igualdade. Ora, os consumidores são desiguais em relação aos fornecedores na relação de consumo, por isso, confere-se a eles maior proteção, justamente por serem mais fracos (desiguais desde o início da relação).⁸⁸ É a própria noção de igualdade que pressupõe o tratamento diferenciado ao consumidor em suas relações com fornecedores e consumidores.⁸⁹

Dessa forma, a lei, diante do reconhecimento de desigualdades fáticas, tenta resgatar a igualdade material nas relações consumeristas. Segundo o STJ, o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor é o “mecanismo que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo”⁹⁰.

Dessa forma, o CDC deve ser compreendido como o regramento destinado a resgatar o equilíbrio das relações de consumo, pois os consumidores estão em posição de desvantagem

Porto Alegre: Síntese, 1999. p. 125.

⁸⁴ Art. 5º: Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição; (BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 11 abr. 2013.)

⁸⁵ SILVA, Luís Renato Ferreira da. O princípio da igualdade e o código de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 08, p. 146-156, out./dez. 1993. p. 154.

⁸⁶ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias. Porto Alegre: Síntese, 1999. p. 69.

⁸⁷ Sob esse viés, é de se indagar se o CDC, ao proteger uma classe determinada de cidadãos, não estaria inserindo no ordenamento jurídico brasileiro uma lei discriminatória. Na lição de Jayme, rechaça-se essa alternativa. Ao estudar os valores da pós-modernidade, ensina que o pluralismo “refina nossa sensibilidade para as diferenças e reforça nossa capacidade de suportar o incomensurável, o inconciliável”. (JAYME, Erik. Visões para uma teoria pós-moderna do Direito Comparado. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 759, p. 24-40, jan./1999. p. 05.)

⁸⁸ É o direito de ser diferente: hoje em dia, deve-se reconhecer as diferenças, respeitá-las, suportá-las e protegê-las. A proteção diferenciada do consumidor - o *homo novus* da sociedade pós-moderna - é um perfeito exemplo. (MARQUES, Claudia Lima. A proteção dos consumidores em um mundo globalizado: studium generale sobre o consumidor como homo novus. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 85, p. 25-62, jan.-fev./2013. p. 05.)

⁸⁹ MARQUES, Claudia Lima. O “diálogo das fontes” como método da nova teoria geral do direito: um tributo a Erik Jayme. In: MARQUES, Claudia Lima. (Coord.). *Diálogo das fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 27.

⁹⁰ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 586316/MG. Recorrente: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Recorrido: ABIA – Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação. Relator: Min. Herman Benjamin. Brasília, 17 abr. 2007. DJe 19.03.2009.

e, em nome da consagração do princípio da igualdade, necessário dispensar a eles tratamento que reduza essa dessemelhança. Em resumo: assegura-se direitos especiais ao vulnerável, trata-se de forma especial o mais fraco, diferencia-se para proteger.⁹¹

A doutrina aprofunda o conceito da vulnerabilidade⁹² e entende que ela poderá se apresentar de formas diferentes, dependendo de cada consumidor, de acordo com suas características pessoais e suas condições econômicas, sociais ou intelectuais.⁹³ Marques destaca que há quatro espécies de vulnerabilidade: técnica, jurídica, fática e informacional.⁹⁴ Para Moraes, a vulnerabilidade técnica se reflete justamente na falta de informação que é inerente ao consumidor.⁹⁵

Não há dúvidas, como já referido, que é marca indelével do consumidor sua vulnerabilidade informacional, que, na esteira do entendimento de Marques e Miragem, é o aspecto da vulnerabilidade diretamente ligado à dignidade do consumidor.⁹⁶

Diante dessa constatação, importante refletir sobre o conceito de dignidade humana e sua relação com o direito do consumidor.

A dignidade da pessoa humana é o princípio maior da Constituição Brasileira, sendo “postulado que norteia a interpretação de todos os direitos e garantias conferidos ao indivíduo e à coletividade”.⁹⁷ O artigo 1º⁹⁸ da Magna Carta é expresso ao referir que a dignidade da pessoa humana é fundamento da República Federativa do Brasil.

Dessa forma, a dignidade da pessoa humana encontra-se no ápice da hierarquia dos

⁹¹ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 111.

⁹² Para um estudo mais aprofundado, veja-se: MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias. Porto Alegre: Síntese, 1999.

⁹³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010. p. 68.

⁹⁴ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 161.

⁹⁵ Em seu entendimento: “A vulnerabilidade técnica se configura por uma série de motivos, sendo os principais a falta de informação, informações prestadas incorretamente e, até mesmo, o excesso de informações desnecessárias, esta última, muitas vezes, tendo o condão de impedir que o consumidor se aperceba daquelas que realmente interessam”. (MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias. Porto Alegre: Síntese, 1999. p. 142.)

⁹⁶ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 159.

⁹⁷ GREGORI, Maria Stella. O novo paradigma para um capitalismo de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 247-257, jul./set. 2010. p. 252.

⁹⁸ Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

[...]

III - a dignidade da pessoa humana; (BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 11 abr. 2014.)

valores previstos constitucionalmente, estando “no centro do sistema e representa o eixo em torno do qual gira todo o ordenamento, com a conseqüente subordinação das relações patrimoniais aos valores existenciais”⁹⁹. A pessoa representa, pois, o valor máximo do ordenamento jurídico, o núcleo de todo o Direito.

Nesse sentido, a dignidade da pessoa humana deve ser preservada em qualquer relação. E essa preservação exige a garantia dos direitos fundamentais, inclusive no que toca às relações privadas. É dizer: através da garantia dos direitos fundamentais, consagra-se a dignidade da pessoa humana. Nesse contexto, em sendo a dignidade da pessoa humana uma imposição, os direitos fundamentais devem ter alcance em todos os âmbitos do direito. É justamente essa premissa – o asseguramento da dignidade da pessoa humana pelo direito – que justifica o reconhecimento de que determinados direitos fundamentais geram efeitos também no curso de relações privadas.¹⁰⁰

Por isso, conclui-se que a elevação da proteção do consumidor ao status de direito fundamental, constitucionalmente protegido, é forma de concretizar a dignidade da pessoa no interior das relações consumeristas.

No entendimento de De Cicco, dignidade é um valor que deve ser associado à liberdade e à igualdade.¹⁰¹ Para Azevedo, o princípio da dignidade da pessoa humana tem três conseqüências diretas: respeito à integridade física e psíquica da pessoa humana, respeito às condições mínimas de vida, e respeito aos pressupostos mínimos de liberdade e igualdade.¹⁰²

Na linha desses entendimentos, se, para a preservação da dignidade da pessoa humana, é de se respeitar sua liberdade e igualdade, exalta-se a importância do CDC, que é uma lei que nasce para a busca do equilíbrio da relação contratual, ou seja, a busca da igualdade. Exige-se a garantia dos direitos fundamentais para a preservação da dignidade, e o CDC é a lei que detalha e fornece a efetiva proteção do consumidor, atendendo ao objetivo consagrado pelo constituinte.

⁹⁹ DE CICCO, Maris Cristina. A Pessoa e o Mercado. In: TEPEDINO, Gustavo José Mendes (Org.). *Direito civil contemporâneo: novos problemas à luz da legalidade constitucional*. Anais do Congresso Internacional de Direito Civil-Constitucional da Cidade do Rio de Janeiro. São Paulo: Atlas, 2008. p. 103.

¹⁰⁰ DUQUE, Marcelo Schenk. A proteção do consumidor como dever de proteção estatal de hierarquia constitucional. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 71, p. 142-167, jul./set. 2009. p. 147.

¹⁰¹ DE CICCO, Maris Cristina. A Pessoa e o Mercado. In: TEPEDINO, Gustavo José Mendes (Org.). *Direito civil contemporâneo: novos problemas à luz da legalidade constitucional: anais do Congresso Internacional de Direito Civil-Constitucional da Cidade do Rio de Janeiro*. São Paulo: Atlas, 2008. p. 113.

¹⁰² Refere o autor: “Grosso modo, o pressuposto e as conseqüências do princípio da dignidade (art. 1.º, III, da CR) estão expressos pelos cinco substantivos correspondentes aos bens jurídicos tutelados no caput do art. 5.º da CR; são eles: vida (é o pressuposto), segurança (primeira conseqüência), propriedade (segunda conseqüência) e liberdade e igualdade (terceira conseqüência), sendo o pressuposto absoluto e as conseqüências, “quase absolutas”.” (AZEVEDO, Antonio Junqueira de. Caracterização jurídica da dignidade da pessoa humana. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 797, p. 11-26, mar./2002. p. 10.)

Nesse prisma, o CDC é instrumento de preservação da dignidade da pessoa humana dentro da relação consumerista.¹⁰³ A proteção do mais fraco está estritamente ligada ao respeito à dignidade da pessoa humana. E, para salvaguardar esse valor constitucional, o CDC institui a proteção ao vulnerável, que facilmente teria sua dignidade abalada pela afronta dos mais variados direitos nessa relação.

Mais: o reconhecimento do consumidor como vulnerável “proporcionou a adoção de instrumentos capazes de garantir a maior paridade possível da posição do consumidor diante do fornecedor”¹⁰⁴. A informação é um desses instrumentos, pois “informar é igualar os que sabem e os que ficarão sabendo”¹⁰⁵.

Antes de falar da importância da informação na relação de consumo, importa deixar claro que a informação também é direito fundamental do cidadão brasileiro, amparado pela Constituição Federal, no artigo 5º, XIV, CF/88, que prevê: “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”¹⁰⁶. É garantia fundamental da pessoa humana, sendo gênero do qual é espécie o direito à informação previsto no CDC.¹⁰⁷

No direito do consumidor, a informação é direito básico, consagrado expressamente no artigo 6º, III¹⁰⁸, do CDC. Além disso, a lei consumerista, ao longo de seu texto, insere diversos dispositivos que asseguram o direito à informação, visando sempre alcançar o equilíbrio da relação contratual.

Dessa forma, nessa sociedade em que a liberdade do consumidor está cada vez mais reduzida, seja na hora de escolher seus objetos de consumo, seja na hora de firmar contratos, a informação torna-se arma para diminuir as diferenças na relação de consumo, proporcionando maior autonomia ao consumidor em tais relações. Através da informação adequada são

¹⁰³ DUQUE, Marcelo Schenk. A proteção do consumidor como dever de proteção estatal de hierarquia constitucional. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 71, p. 142-167, jul./set. 2009. p. 155-156.

¹⁰⁴ SCHMITT, Cristiano Heineck. A 'hipervulnerabilidade' do consumidor idoso. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 70, p. 139-171, abr./jun. 2009. p. 141.

¹⁰⁵ MARQUES, Cláudia Lima. Apresentação. In: BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 10.

¹⁰⁶ BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Constituicao_Compilado.htm>. Acesso em: 11 out. 2015.

¹⁰⁷ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 264.

¹⁰⁸ Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (BRASIL. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. *Planalto*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 10 out. 2015.)

assegurados o direito de escolha e a autonomia contratual do consumidor.¹⁰⁹

Lorenzetti coloca a informação como um requisito de liberdade, pois quem não conhece todas as opções que possui, não exerce sua liberdade amplamente. Apenas com a circulação adequada da informação no mercado de consumo, será possível ao consumidor tomar “uma decisão refletida”. Nessa linha de pensamento, o autor salienta que o dever de informação causa impacto na capacidade de discernimento do consumidor, tendo em vista que, se o contrato é um ato jurídico bilateral, sendo necessário o consentimento de ambas as partes (elemento volitivo, de intenção, discernimento e liberdade), quem não tiver essa possibilidade não poderá dar um consentimento válido.¹¹⁰

A informação iguala, e portanto, liberta. E, no cenário apresentado, se a dignidade é valor que deve ser associado à liberdade e à igualdade¹¹¹, a informação é meio de garantir a dignidade da pessoa humana na relação de consumo.

Dessa forma, a informação é um dos instrumentos mais importantes a atuar em prol da redução das complexidades oriundas das relações de consumo e garantir a efetiva proteção do consumidor, na esteira da lição de Iturraspe no sentido de que “sobre la información gira muy buena parte de la tesis de la ‘justicia contractual’ en general y de la protección del consumidor en particular”¹¹².

É nesse sentido que se pode afirmar ser a informação meio de garantir a dignidade da pessoa humana na relação de consumo. Vale lembrar o ensinamento de Marques, no sentido de que a vulnerabilidade informacional está estritamente ligada à dignidade da pessoa humana.¹¹³ Se a dignidade é valor ligado à liberdade e à igualdade, como se disse acima, a redução da assimetria informacional na relação de consumo é garantia da preservação da dignidade da pessoa do consumidor. Afinal, só escolhe com liberdade quem foi bem informado. Nessa senda, é a informação que permite a formação de vontade livre e racional do consumidor na decisão de contratar, permitindo antever restrições e riscos ao “assegurar a equidade informacional das partes”¹¹⁴.

¹⁰⁹ LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595-614, abr./2011. p. 14.

¹¹⁰ LORENZETTI, Ricardo Luis. *Teoria da Decisão Judicial: fundamentos de direito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009. p. 316-317.

¹¹¹ DE CICCIO, Maria Cristina. A Pessoa e o Mercado. In: TEPEDINO, Gustavo José Mendes (Org.). *Direito civil contemporâneo: novos problemas à luz da legalidade constitucional*. Anais do Congresso Internacional de Direito Civil-Constitucional da Cidade do Rio de Janeiro. São Paulo: Atlas, 2008. p. 113.

¹¹² ITURRASPE, Jorge Mosset. *Cómo contratar en una economía de mercado*. Buenos Aires: Runinzal-Culzoni Editores, 1997. p. 24.

¹¹³ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 323.

¹¹⁴ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 487.

Exalta-se a importância da informação, na afirmação de Schmitt de que na sociedade atual é “na informação que se encontra o poder”¹¹⁵. De fato, é esse o ponto nuclear. Muitos problemas verificados nas relações de consumo poderiam ser resolvidos mais facilmente (ou sequer existiriam) se os consumidores fossem informados de forma adequada. O fornecedor tem o dever de compartilhar as informações que somente ele possui sobre o produto e serviço que oferece, desde o início “de um processo de elaboração de bens, até a definição de elementos negociais inseridos nos contratos entabulados com os consumidores”¹¹⁶.

Nesse contexto, a informação deve ser reconhecida como um valor social com consequência na dogmática jurídica.¹¹⁷ Mas também passa a ter cada vez mais valor econômico¹¹⁸, e um papel constitutivo na sociedade contemporânea, atuando como meio de proteger a confiança dos indivíduos.¹¹⁹

No entendimento de Marques, na sociedade atual, e assim no direito do consumidor atual, a informação, além de dever e direito, “é também uma *commodity*, isto é, um “bem-valor”, um dos mais altos valores (ou custos) da economia no século XXI”¹²⁰. Chega-se ao ponto e à conclusão esperada, com a expressão ideal de Marques: informação é um “bem-valor”¹²¹, capaz de concretizar a igualdade do consumidor e, assim, garantir a dignidade da pessoa humana na relação de consumo.

2.3 Autonomia do dever de informar e o papel dimensionador da boa-fé objetiva

Até o presente momento, falou-se apenas em direito à informação. De fato, o direito à informação é considerado “um dos direitos básicos do consumidor, talvez o mais elementar de todos”¹²², consagrado no artigo 6º, III, do CDC. Assim, como visto, a informação é meio de

¹¹⁵ SCHMITT, Cristiano Heineck. *Consumidores hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo*. São Paulo: Atlas, 2014. p. 207.

¹¹⁶ SCHMITT, Cristiano Heineck. *Consumidores hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo*. São Paulo: Atlas, 2014. p. 207.

¹¹⁷ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 41.

¹¹⁸ LISBOA, Roberto Senise. O consumidor na sociedade da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 61, p. 203-229, jan./2007. p. 18.

¹¹⁹ MENDES, Laura Schertel. Segurança da informação, proteção de dados pessoais e confiança. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 90, p. 245-261, nov.-dez./2013. p. 02.

¹²⁰ MARQUES, Claudia Lima. Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 95, p. 99-145, set.-out./2014. p. 03.

¹²¹ MARQUES, Claudia Lima. Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 95, p. 99-145, set.-out./2014. p. 03.

¹²² Assim, o STJ: “3. Um dos direitos básicos do consumidor, talvez o mais elementar de todos, e daí a sua expressa previsão no art. 5º, XIV, da Constituição de 1988, é “a informação adequada e clara sobre os diferentes

garantir a efetiva proteção do consumidor. Importa, pois, investigar as fontes do dever de informar nas relações de consumo.

Fabian sintetiza a origem do dever de informação, referindo que “um dever de informar resulta de uma necessidade: há um deficit de informações, uma pessoa possui a informação e a outra necessita”¹²³. Um exemplo dessa afirmação é o próprio consumidor que, como antes referido, é marcado pela vulnerabilidade informacional na relação de consumo, e, por isso, necessita de informação.¹²⁴

Aliás, a maioria dos deveres de informar não se fundamentam em normas explícitas. Muitos nascem, como já dito, de uma necessidade jurídica – assim, postula-se o dever de informar para satisfazer essa necessidade.¹²⁵ Nesse sentido, o dever de informar poderá se originar “ou da concreção judicial de princípio jurídico ou de incidência de específica disposição legislativa”¹²⁶.

O princípio da boa-fé objetiva é considerado a principal fonte do dever de informar.¹²⁷

Em qualquer fase contratual, e mesmo em hipóteses de ausência de relação obrigacional contratual, por meio da boa-fé como norma de comportamento, são criados para as partes tanto deveres positivos como negativos.¹²⁸ Tais deveres não refletem expressamente a vontade contratual, mas impõem deveres e obrigações às partes contratantes.

Nesse sentido, pode-se afirmar que o desenvolvimento do dever de informar no direito brasileiro é decorrência do princípio da boa-fé objetiva.¹²⁹

No direito do consumidor, também é correto afirmar que o dever de informar tem

produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço” (art. 6º, III, do CDC). Nele se encontra, sem exagero, um dos baluartes do microsistema e da própria sociedade pós-moderna, ambiente no qual também se insere a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva (CDC, arts. 6º, IV, e 37).” (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1261824/SP. Recorrente: Peugeot Citroën do Brasil Automóveis Ltda. Recorrido: Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo. Relator: Min. Herman Benjamin. Brasília, 14 fev. 2012. DJe 09 maio 2013.)

¹²³ FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 39.

¹²⁴ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 323.

¹²⁵ FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 45.

¹²⁶ MARTINS-COSTA, Judith. Ação indenizatória. Dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo. In: LOPEZ, Teresa Ancona. (coord.) *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente – o paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 277-318.

¹²⁷ “Uma das mais relevantes traduções da boa-fé na vida social”. MARTINS-COSTA, Judith. Ação indenizatória. Dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo. In: LOPEZ, Teresa Ancona. (coord.) *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente – o paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 277-318.

¹²⁸ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 91.

¹²⁹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 192.

origem no princípio da boa-fé. Tal princípio é expresso no CDC, no artigo 4º, III¹³⁰. Ao lado da boa-fé, o CDC insere o princípio da transparência (art. 4º, *caput*, do CDC), para o momento da formação dos contratos de consumo. Tais princípios são de observância obrigatória quando da formação do contrato de consumo, sendo a transparência um reflexo da boa-fé exigida dos agentes contratuais.¹³¹

Todavia, o CDC também especifica esse dever do fornecedor. É dizer: mesmo que não houvesse o princípio da boa-fé objetiva, o dever de informar do fornecedor para com o consumidor ainda assim existiria: trata-se de dever principal. Nesse sentido, Marques destaca

Antes chamado dever lateral, secundário ou anexo, hoje pode ser principal, é um dos pilares da nova ordem pública do mercado, tem valor e “interesse social” (art. 1º do CDC). Efetivamente, a informação é parte integrante do “modo devido” e da “qualidade” do contrato e da conduta na relação de consumo.¹³²

Isso porque o dever de informar do fornecedor, na evolução do direito do consumidor, é cada vez mais objetivo, relacionando-se intimamente à atividade de fornecimento de produtos e serviços. Dessa forma, o direito do consumidor foi além da criação dos deveres anexos para o enquadramento do dever de informar, como bem esclarece Lôbo, “transformando-o no correspectivo do direito à informação, como direito fundamental, e o elevando a condicionante e determinante do conteúdo da prestação principal do fornecedor”¹³³.

Assim, o dever de informar não se trata de mero dever anexo no direito do consumidor.¹³⁴ O direito à informação é um de seus pilares¹³⁵ e vem consagrado

¹³⁰ 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, atendidos os seguintes princípios: [...]

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; (BRASIL. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. *Planalto*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 10 out. 2015.)

¹³¹ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 745 e 826.

¹³² MARQUES, Cláudia Lima. Apresentação. In: BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 10.

¹³³ LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*. v. 3, p. 595-614, abr./2011. p. 07.

¹³⁴ Assim já decidiu o STJ, em voto da lavra do Ministro Humberto Martins, que consigna: “Frise-se que, no Código de Defesa do Consumidor, o dever de informar não é tratado como mero dever anexo, e sim como dever básico, essencial e intrínseco às relações de consumo.” (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 1364915/MG. Recorrente: Refrigerantes Minas Gerais Ltda. Recorrido: Estado de Minas Gerais. Relator: Min. Humberto Martins. Brasília, 14 maio 2013. DJe 24 maio 2013.)

¹³⁵ LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de*

expressamente no artigo 6º, III, do CDC¹³⁶, como direito básico do consumidor. Decorrente desse direito básico do consumidor, o dever de informar (prestar a informação, e não só o acesso a ela) é do fornecedor. Trata-se de um dever positivo de informação, diferente do que ocorria no passado, no *laissez-faire*, sob a máxima do *caveat emptor* (que significa ‘o consumidor que se cuide’), segundo a qual o consumidor devia ‘informar-se’, ao invés de ser informado.¹³⁷

E, se o dever de informar é autônomo no direito do consumidor, não decorrendo da boa-fé objetiva, é de se averiguar o papel da boa-fé na análise do dever de informar.

Como visto, a boa-fé é princípio expresso no artigo 4º¹³⁸ do CDC, que se trata de uma norma-objetivo¹³⁹, “porque define os fins da política nacional das relações de consumo, quer

Direito do Consumidor. v. 3, p. 595-614, abr./2011. p. 01.

¹³⁶ Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...]

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (BRASIL. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. *Planalto*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 10 out. 2015.)

¹³⁷ Nesse sentido, já decidiu o STJ, em voto de relatoria do Ministro Herman Benjamin, no AgRg no AgRg no REsp 1261824/SP, em que consigna que a máxima do *caveat emptor* é hoje “arcaica e renegada”.

¹³⁸ Art. 4.º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade;

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

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII- estudo constante das modificações do mercado de consumo. (BRASIL. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. *Planalto*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 10 out. 2015.)

¹³⁹ Grau define os tipos de normas como: ‘normas de conduta’ servem para disciplinar o comportamento das pessoas; ‘normas de organização’ têm caráter instrumental, visam estruturar o funcionamento de entidades e processos; e, por fim, as ‘normas-objetivo’ com conteúdo axiológico programático, visando alcançar os objetivos do sistema. Analisando os tipos de norma existentes em nosso sistema, GRAU coloca o artigo 4º do CDC na posição de norma-objetivo, explicando que ele não pode ser considerado nem norma de conduta, nem norma de organização. Nesse contexto, sustenta que quando o Estado implementa políticas públicas, os fins que busca estão delimitados e, assim, há normas que definem obrigações de resultado e não de meio. E essas são as consideradas normas-objetivo, como o é o art. 4º do CDC. GRAU, Eros Roberto. Interpretando o código de

dizer, define os resultados a serem alcançados”.¹⁴⁰ Dessa forma, o direito à informação é meio de concretizar a transparência – objetivada pelo artigo 4º - no mercado de consumo.¹⁴¹ Por esse motivo, o intérprete do Direito deverá repudiar qualquer solução que não esteja em consonância com os fins nele colimados ou os princípios nele definidos.

No Código Civil, a boa-fé objetiva vem expressa no artigo 422¹⁴² (embasando a criação de deveres), no artigo 113¹⁴³ (guiando a interpretação dos negócios jurídicos) e no artigo 187¹⁴⁴ (impondo limites).¹⁴⁵

Na esteira do ensinamento de COUTO E SILVA, a relação obrigacional deve ser considerada em sua totalidade e, assim, ainda que a obrigação principal tenha sido prestada, a relação jurídica pode perdurar.¹⁴⁶ A boa-fé é “dever de consideração para com o *alter*”, cria deveres além daqueles estabelecidos no contrato, além de impor deveres também ao credor, tradicionalmente visto apenas como titular de direitos. É mandamento de conduta que “engloba todos os que participam do vínculo obrigacional e estabelece, entre eles, um elo de cooperação”¹⁴⁷. Possui conceito valorativo, mas que não pode ser uma avaliação subjetiva da pessoa que a aplica, devendo sua interpretação representar uma ideia de justiça, de acordo com “os princípios gerais da ordem jurídica, no sentimento jurídico e nas opiniões sobre a lealdade do povo ou dos grupos interessados”¹⁴⁸.

A boa-fé possui três funções, segundo a doutrina: função de interpretação dos negócios jurídicos, função limitadora do exercício de direitos subjetivos e função criadora deveres jurídicos.¹⁴⁹

Na função de criadora de deveres jurídicos, ela cria deveres anexos às partes contratantes. Dessa forma, pela boa-fé são inseridos na relação deveres às partes

defesa do consumidor: algumas notas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 05, p. 183-189, jan./mar. 1993. p. 186.

¹⁴⁰ GRAU, Eros Roberto. Interpretando o código de defesa do consumidor: algumas notas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 05, p. 183-189, jan./mar. 1993. p. 188.

¹⁴¹ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 77.

¹⁴² Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

¹⁴³ Art. 113. Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração.

¹⁴⁴ Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

¹⁴⁵ MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 43, jul/2002. p.2.

¹⁴⁶ COUTO E SILVA, Clóvis do. *A obrigação como processo*. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 17 e 20.

¹⁴⁷ COUTO E SILVA, Clóvis do. *A obrigação como processo*. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 33.

¹⁴⁸ FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 60.

¹⁴⁹ LISBOA, Roberto Senise. *Confiança Contratual*. São Paulo: Atlas, 2012. p. 146.

independentemente de sua vontade. Esses deveres, podem ser agrupados em: dever de lealdade, dever de colaboração, e dever de proteção.¹⁵⁰

Assim, identifica-se a boa-fé como a principal fonte do dever de informar: quando assume função de criadora de deveres. Desde as tratativas pré-contratuais, as partes assumem deveres de conduta, que podem ser negativos (exigência de respeito e conservação da esfera de interesse de outrem para não fazer algo que gere dano) e positivos (imposição de colaboração ativa com os outros).¹⁵¹ Tais deveres não refletem expressamente a vontade contratual, mas impõem deveres e obrigações às partes contratantes.

Fabian divide os deveres anexos decorrentes da boa-fé em dois grupos: deveres de prestação e deveres de proteção. Os deveres de prestação estão ligados à vontade contratual, preparam e asseguram a realização do contrato. Os deveres de proteção são alheios à vontade dos contratantes, existem sem que as partes pensem neles, começam mesmo antes da conclusão do contrato, nas primeiras tratativas, e se resumem na lealdade que as partes devem guardar na sua conduta.¹⁵² Conforme Marques

Efetivamente, boa-fé objetiva significa uma atuação 'refletida', uma atuação refletindo, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando-o, respeitando seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, agindo com lealdade, sem abuso, sem obstrução, informando-o, aconselhando-o, cuidando, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, cooperando para atingir o bom fim das obrigações: o cumprimento do objetivo contratual e a realização dos interesses das partes. Boa-fé é cooperação e respeito, é conduta esperada e leal, tutelada em todas as relações sociais.¹⁵³

Assim, pode-se fundamentar o dever de informar no princípio geral da boa-fé, que, como norma de comportamento, cria para as partes deveres anexos à contratação de colaboração e proteção¹⁵⁴, dentre os quais o dever de informar se insere.¹⁵⁵

Contudo, a boa-fé objetiva não atuará de forma idêntica em todas as relações, como visto anteriormente.¹⁵⁶ Cabe, pois, analisar a forma de atuação da boa-fé objetiva,

¹⁵⁰ FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 59-66.

¹⁵¹ STIGLITZ, Rubén S. La obligación precontractual y contractual de información. El deber de consejo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 22, p. 9-25, abr.-jun./1997. p. 03.

¹⁵² FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 64-65.

¹⁵³ MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 215-257, jul./2002. p. 3.

¹⁵⁴ Veja em Marques, para quem “O primeiro e mais conhecido dos deveres anexos é o dever de informar”. MARQUES, Claudia Lima. A Responsabilidade dos médicos e do hospital por falha no dever de informar ao consumidor. *Revista dos Tribunais*, vol. 827, p. 11-48, set/2004. p.6.

¹⁵⁵ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 92.

¹⁵⁶ Nesse sentido, pondera Couto e Silva: “Os deveres derivados da boa-fé ordenam-se, assim, em graus de intensidade, dependendo da categoria dos atos jurídicos a que se ligam.” (COUTO E SILVA, Clóvis do. *A obrigação como processo*. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 34.)

especificamente nas relações de consumo.

Martins-Costa fala sobre o aspecto temporal da boa-fé objetiva, destacando que não se apresenta sempre igual, sendo “um recurso técnico preciso” que se altera no tempo e no espaço. E, nesse cenário, com a mudança de paradigmas trazida pelo CDC, alterou-se a forma de aplicação do princípio da boa-fé. Explica, assim, que a boa-fé deve ser interpretada a partir do contexto fático de sua aplicação, pois não tem concreção ou “conteúdo próprio”¹⁵⁷.

Na comparação das relações de consumo e paritárias, demonstra-se a importância de tal assertiva. Nas relações paritárias, o dever de informar tem dimensão distinta do que no direito do consumidor. Martins-Costa, nesse aspecto, traz excelente lição sobre a aplicação do princípio da boa-fé nas relações empresariais, ressaltando que não tem o mesmo papel de proteção do contratante mais fraco que possui nas relações consumeristas. Segundo a autora, deve-se fazer uma necessária distinção na aplicabilidade desse princípio para as relações empresariais, aliando-o ao princípio da autorresponsabilidade e ao dever legal de diligência atribuído aos administradores, no artigo 1.011 do Código Civil.¹⁵⁸ Essa conjuntura afeta diretamente o dever de informar. Em síntese, nas relações empresariais, a boa-fé deve ser considerada como padrão impositivo de lealdade das partes, que deve levar em conta o tráfico comercial, ou seja, os usos e costumes daquele setor e local.¹⁵⁹

Isso porque, nessas relações, ambas as partes têm condições e obrigação de zelar pelos seus interesses (os deveres do administrador englobam o dever de diligência, o dever de se informar, o de se qualificar para a função que exerce etc.). Nesse sentido, com relação à informação, atende à boa-fé a parte contratante que dá acesso à informação para a outra parte, para que esta possa formar o consentimento contratual de modo livre e esclarecido, e a existência ou não (assim como o cumprimento ou não) de um dever de informar deverá ser analisada caso a caso.¹⁶⁰

¹⁵⁷ Refere: “O que é hoje, para nós, esse princípio, e o ‘como’ atua na vigente ordem jurídica não é, nem poderia ser, o mesmo que era ou seria há 20 ou 30 anos, pela simples razão de que os dados culturais que o tornam concreto e operativo são, hoje, diversos daqueles vigorantes no passado”. (MARTINS-COSTA, Judith. Ação indenizatória. Dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo. In: LOPEZ, Teresa Ancona. (coord.) *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente – o paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 277-318.)

¹⁵⁸ Art. 1.011. O administrador da sociedade deverá ter, no exercício de suas funções, o cuidado e a diligência que todo homem ativo e probo costuma empregar na administração de seus próprios negócios. BRASIL. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002. *Planalto*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 10 out. 2015.

¹⁵⁹ MARTINS-COSTA, Judith. Contratos de derivativos cambiais. Contratos aleatórios. Abuso de direito e abusividade contratual. Boa-fé objetiva. Dever de informar e ônus de se informar. Teoria da imprevisão. Excessiva onerosidade superveniente. *Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais*, São Paulo, v. 55, p. 321-381, jan./2012.

¹⁶⁰ MARTINS-COSTA, Judith. Contratos de derivativos cambiais. Contratos aleatórios. Abuso de direito e abusividade contratual. Boa-fé objetiva. Dever de informar e ônus de se informar. Teoria da imprevisão.

Denotam-se, pois, diferenças de grau na incidência do princípio da boa-fé e do dever de informar que dela decorre.

No que se refere à relação de consumo, não há dúvidas de que o dever de informar é um reflexo do princípio da boa-fé.¹⁶¹ Mas também não há dúvidas de que a informação é direito básico do consumidor¹⁶², positivado no CDC, no artigo 6º, III. E que esse direito básico “apresenta sua eficácia correspectiva na imposição aos fornecedores em geral de um dever de informar”¹⁶³. Portanto, o dever de informar se trata de dever autônomo.

Contudo, o princípio da boa-fé objetiva está estritamente ligado ao dever de informar do fornecedor, mesmo que este esteja positivado. Verifica-se, na doutrina, que esse princípio ganhará maior importância na análise do cumprimento ou não do dever de informação. E, se deveres derivados da boa-fé possuem diferentes graus de intensidade, nas relações de consumo, é atingido o mais alto nível de aplicação do princípio. Segundo Barbosa, “a boa-fé, com a funcionalidade corretora de desequilíbrio, é baseada na presunção legal de vulnerabilidade (art. 4º, I, do CDC)”¹⁶⁴, podendo ser diminuída a autonomia da vontade e aumentadas as exigências da boa-fé.

Como bem salienta Miragem, não basta que as informações essenciais sejam transmitidas ao consumidor, é necessário que sejam transmitidas de forma adequada, para que atinjam o seu objetivo. Nesse aspecto, incidem outros deveres anexos decorrentes da boa-fé – como os deveres de colaboração e de respeito à outra parte. Nesse sentido, destaca o autor que

a eficácia do direito à informação do consumidor não se satisfaz com o cumprimento formal do dever de indicar dados e demais elementos informativos, sem o cuidado ou a preocupação de que estejam sendo devidamente entendidos pelos destinatários destas informações.¹⁶⁵

É correto afirmar, pois, que o desenvolvimento do dever de informar no direito

Excessiva onerosidade superveniente. *Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais*, São Paulo, v. 55, p. 321-381, jan./2012.

¹⁶¹ LIMBERGER, Têmis; SALDANHA, Jânia Maria Lopes; MORAES, Carla Andreatta Sobbé. Estado, Cidadania e Novas Tecnologias: o Comércio Eletrônico e as Alterações do Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 85, p. 261-282, jan./2013. p. 05.

¹⁶² MIRAGEM ressalta: “Dentre os direitos positivados pelo CDC, é o direito à informação um dos que maior repercussão prática vai alcançar no cotidiano das relações de consumo”. (MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 192.

¹⁶³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 192.

¹⁶⁴ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 110.

¹⁶⁵ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 193.

brasileiro é decorrência do princípio da boa-fé objetiva¹⁶⁶ e, no direito do consumidor, a boa-fé dimensiona o dever de informar (no sentido de proporcionar a identificação da intensidade que deve alcançar). É dizer, pode-se extrair dos deveres anexos decorrentes do princípio da boa-fé condutas a serem impostas aos fornecedores a fim de fortalecer a proteção do consumidor.¹⁶⁷

Como reflexo da boa-fé exigida dos agentes contratuais¹⁶⁸, destaca-se o princípio da transparência. Como ensina Marques, transparência significa informação clara e correta sobre o contrato a ser firmado, “a ideia central é possibilitar uma aproximação e uma relação contratual mais sincera e menos danosa entre consumidor e fornecedor”.¹⁶⁹

A transparência é princípio que determina a clareza sobre o conteúdo da relação de consumo, e, nesse sentido, descreve um modo de informar, ou seja, informar de forma clara. É, dessa forma, o resultado prático pretendido pela lei através da informação. A transparência qualifica¹⁷⁰ o dever de informar (no sentido de exigir a informação correta, clara e veraz). Nesse sentido, determina que, através da informação, o fornecedor deve “esclarecer, avisar, e predispor os consumidores a escolhas predominantemente refletidas e na sua maior parte autodeterminadas”¹⁷¹. É dizer que, através da informação, o fornecedor deve proporcionar ao consumidor uma decisão racional sobre a contratação, sendo a transparência a própria essência do negócio, pois a informação é conteúdo do negócio.¹⁷²

¹⁶⁶ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 192.

¹⁶⁷ Sobre o tema, veja interessante artigo: SILVA NETO, Orlando Celso da. 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, v. 98, p. 15-35, mar.-abr./2015.

¹⁶⁸ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 745 e 826.

¹⁶⁹ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 782-783.

¹⁷⁰ Nesse sentido, Fabian salienta que a transparência serve também para a “melhor” realização da obrigação”. (FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 69.)

¹⁷¹ TOMASETTI JR., Alcides. O objetivo de transparência e o regime jurídico dos deveres e riscos de informação nas declarações negociais para consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 4, p. 52-90, out./1992. p. 02.

¹⁷² Veja nesse sentido julgado do STJ: PROCESSO CIVIL E CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. PORTARIAS, REGULAMENTOS E DECRETOS. CONTROLE. NÃO CABIMENTO. CURSO SUPERIOR NÃO. RECONHECIDO PELO MEC. CIRCUNSTÂNCIA NÃO INFORMADA AOS ALUNOS. IMPOSSIBILIDADE DE EXERCER A PROFISSÃO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO. DANO MORAL. VALOR. REVISÃO PELO STJ. MONTANTE EXORBITANTE OU IRRISÓRIO. CABIMENTO.

1. O recurso especial não é via adequada para se promover o controle de decretos, portarias ou regulamentos, na medida em que essas normas não estão compreendidas no conceito de lei federal. Precedentes.

2. A instituição de ensino que oferece curso de bacharelado em Direito sem salientar a inexistência de chancela do MEC, resultando na impossibilidade de aluno, aprovado no exame da OAB, obter inscrição definitiva de advogado, responde objetivamente, nos termos do art. 14 do CDC, pelo descumprimento do dever de informar, por ocultar circunstância que seria fundamental para a decisão de se matricular ou não no curso.

Além da difusão da informação, tem-se o ideal dessa informação, ou seja, preocupa-se com a sua eficiência. Nesse sentido, a informação que não possibilitar a atuação do consumidor de forma racional não será adequada.¹⁷³

Em última análise, o que se busca, em uma relação de consumo, é o restabelecimento do equilíbrio das partes, e o princípio da boa-fé é instrumento ao alcance desse fim, tendo em vista que apenas com atenção ao patamar de conduta no mercado imposto por esse princípio será possível “alcançar uma vontade realmente refletida, autônoma e racional dos consumidores”¹⁷⁴. Assim, conclui-se que o princípio da boa-fé dimensiona o dever de informar já previsto no CDC, no sentido de identificar a intensidade que deve alcançar de acordo com as circunstâncias concretas da relação de consumo.

Nessa perspectiva, a boa-fé influenciará na incidência do dever de informar sobre cada relação de consumo.

A esse respeito, importante a lição de Fabian, para quem o dever de informar possui diferentes graduações, que vão desde o direito subjetivo, com um viés mais forte, passa pelo dever de informar que embasa direito secundário (como direito à indenização), pela figura da *Obliegenheit*¹⁷⁵, no direito alemão, com um dever atenuado, até chegar na liberdade de informar.¹⁷⁶ Assim, defende que há um escalonamento do dever de informar quanto à

3. O art. 6º, III, do CDC institui o dever de informação e consagra o princípio da transparência, que alcança o negócio em sua essência, porquanto a informação repassada ao consumidor integra o próprio conteúdo do contrato. Trata-se de dever intrínseco ao negócio e que deve estar presente não apenas na formação do contrato, mas também durante toda a sua execução.

4. O direito à informação visa a assegurar ao consumidor uma escolha consciente, permitindo que suas expectativas em relação ao produto ou serviço sejam de fato atingidas, manifestando o que vem sendo denominado de consentimento informado ou vontade qualificada.

5. Não exclui a responsabilidade da instituição de ensino perante o aluno a possível discussão frente ao Conselho Profissional a respeito da exigibilidade, ou não, por este, da comprovação do reconhecimento do curso pelo MEC, reservando-se a matéria para eventual direito de regresso.

6. A melhor exegese do art. 8º, II, da Lei nº 8.906/94, sugere que se considere como instituição de ensino "oficialmente autorizada e credenciada", aquela cujo curso de bacharelado em Direito conte com a chancela do MEC.

7. O montante arbitrado a título de danos morais somente comporta revisão pelo STJ nas hipóteses em que for claramente irrisório ou exorbitante. Precedentes.

8. Recurso especial não provido. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 1121275/SP. Recorrente: Academia Paulista Anchieta S/C Ltda. Recorrido: Gilberto Álvares. Relatora: Min. Nancy Andrighi. Brasília, 27 mar. 2012. DJe 17 abr. 2012.)

¹⁷³ TOMASETTI JR., Alcides. O objetivo de transparência e o regime jurídico dos deveres e riscos de informação nas declarações negociais para consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 4, p. 52-90, out./1992. p. 13.

¹⁷⁴ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 780.

¹⁷⁵ Segundo MARQUES, “*Obliegenheit* (pequena - *obligatio*) é um ‘dever’ de boa-fé menos forte, tão reduzido, que se parece quase um ônus, porém com sanções mais importantes, traz em si a sujeição a uma determinada conduta, mas não a sanção pelo descumprimento desta”. (MARQUES, Claudia Lima. Prefácio. In: FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 10.)

¹⁷⁶ Conforme Fabian, neste grau, quem tem a informação tem a faculdade de decidir se a presta ou não, como no caso da liberdade de informar da imprensa. (FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São

intensidade.¹⁷⁷

Nesse cenário, Barbosa salienta que, no que se refere ao direito do consumidor, em sendo a informação um direito básico (e subjetivo) do consumidor, o nível do dever de informar nas relações de consumo se apresenta de intensidade forte. Aliás, tal afirmação é corroborada pelo próprio CDC que, ao longo de seu texto, possui mais de 20 artigos¹⁷⁸ que o revelam em seus conteúdos¹⁷⁹, regulando em detalhes o dever de informar.¹⁸⁰

No próprio artigo 6º, que trata dos direitos básicos do consumidor, mais dois incisos (II e IV) tutelam a informação.¹⁸¹ O inciso II¹⁸² protege a liberdade de escolha do consumidor e a igualdade nas contratações. O inciso IV¹⁸³, por sua vez, traz proteção à publicidade, com proibição da publicidade enganosa e abusiva e práticas coercitivas e ilegais, bem como proteção contra cláusulas e práticas abusivas dos fornecedores. Nesse sentido, o STJ, em julgado que envolvia discussão acerca de danos ocasionados pelo consumo de certo medicamento “ativador de metabolismo cerebral” e “antidepressivo”, reconheceu a afronta ao artigo 6º, IV, do CDC, pela ocorrência de publicidade enganosa, pois na bula do medicamento estava descrito o efeito de melhora de memória sem efeitos colaterais.¹⁸⁴

Barbosa analisa os deveres de informar nas declarações de vontade no CDC, destacando os seguintes momentos: oferta (artigos 31 do CDC), publicidade (artigos 36 a 38 do CDC), nos contratos (artigos 46, 52 e 54 do CDC), a assegurar o conhecimento prévio como informador da autonomia da vontade.¹⁸⁵ É exatamente o momento da declaração de vontade que interessa a esse estudo, que trata do dever de informar como instrumento de prevenção de danos. Assim, destacam-se os dispositivos do CDC importantes a essa análise,

Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 54.)

¹⁷⁷ FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 51.

¹⁷⁸ Veja no CDC: artigos 8º, 9º, 12, 14, 18, 20, 30, 31, 33, 35, 36, 37, 38, 40, 42-A, 43, 46, 50, 52, 54, §3º e §4º, 55, 1º, 60, 63, 64, 66, 67, 68, 72, 74, 106.

¹⁷⁹ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 119.

¹⁸⁰ Há, nas relações de consumo, uma necessidade de informação, “cuja compensação é regulada em detalhes pelo CDC através da imposição de um dever de informar”. (MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 842.)

¹⁸¹ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 116.

¹⁸² II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

¹⁸³ 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;

¹⁸⁴ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 971845. Recorrente: Orlando Bulcão Vianna Filho. Recorrido: Servier do Brasil LTDA. Relator: Min. Humberto Gomes de Barros. Brasília, 21 ago. 2008. DJe 01 dez. 2008.

¹⁸⁵ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 132-152.

cujo estudo será aprofundado no próximo capítulo.

3 O DEVER DE INFORMAR NOS CONTRATOS DE CRÉDITO

3.1 O contrato de crédito: o instrumento, o enquadramento legal e a posição do consumidor

Em respeito ao limite do presente trabalho, adentra-se à análise do dever de informar específico aos contratos de crédito. Para tanto, imprescindível inserir o contexto desse instrumento contratual.

Em direito comparado, na França, as leis *Scrivener*, desde 1978 e 1979, que foram posteriormente incorporadas pelo *Code de la Consommation*, regulam os contratos de crédito ao consumo, com um formalismo espacial (menções obrigatórias e modelos-tipos de contratos impostos) e temporal (prazos de reflexão, renúncia, condições suspensivas).¹⁸⁶

Ainda, tal contrato mereceu tratamento na Diretiva Comunitária de 22.12.1986, posteriormente revogada pela Diretiva 2008/48/CE de 23.04.2008.¹⁸⁷ As Diretivas, por sua vez, foram inspiradas especialmente na citada Lei francesa 78-22, 7 de 10.01.1978 (*Scrivener*).¹⁸⁸

Após a primeira Diretiva, alguns Estados-membros inseriram em seu direito interno suas normas, como Portugal (Decreto-Lei nº359, de 12 de setembro de 1991), Espanha (Lei n.7, de 23 de março de 1995), Bélgica (Lei de 12 de junho de 1991) e Alemanha (Lei de 30 de outubro de 1990).¹⁸⁹

No Brasil, necessário fazer menção à antes tormentosa¹⁹⁰, mas atualmente já consagrada, aplicabilidade do CDC às instituições financeiras. A constitucionalidade formal e material da aplicação do CDC aos contratos de crédito foi desafiada pela ADIn 2.591 (chamada ADIn dos Bancos), cujo julgamento sacramentou a questão: o Supremo Tribunal Federal, em decisão datada de 07 de junho de 2006, julgou improcedente a ação e afastou a

¹⁸⁶ No próximo tópico, serão analisados alguns dispositivos relacionados ao tema deste trabalho que vigoram atualmente na legislação francesa. (LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 23.)

¹⁸⁷ Veja a Diretiva 2008/48/CE de 23.04.2008 na integra: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32008L0048>.

¹⁸⁸ LIMA, Clarissa Costa de. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./ 2010. p. 04.

¹⁸⁹ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 23.

¹⁹⁰ Veja estudo aprofundado sobre as discussões a respeito da aplicação do CDC às instituições financeiras em MARQUES, Cláudia Lima; ALMEIDA, João Batista de; PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos bancos: ADIn 2.591*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

inconstitucionalidade aventada.¹⁹¹

A matéria já havia sido sumulada no ano de 2004 pela edição da Súmula 297 do STJ, que tem como enunciado: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”, quando da decisão do STF. Porém, ainda assim, a vitória – chamada de “vitória da cidadania” – foi muito festejada. Em verdade, colocou uma “pá de cal na estranha esperança desse grupo de empresários que queria se ver livre da legislação protecionista”.¹⁹²

Inicia-se esse capítulo com essa referência por dois motivos: o primeiro, afastar qualquer dúvida acerca da aplicação do CDC e todo o seu regramento – aqui estudado – aos contratos de crédito; o segundo, chamar a atenção à comprovada resistência das instituições financeiras ao cumprimento das regras consumeristas, que, mesmo superada pela jurisprudência, tem consequências práticas vislumbradas até os dias atuais, quando já passados quase dez anos da decisão.¹⁹³

¹⁹¹ MARQUES, Claudia Lima; ALMEIDA, João Batista de; PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos bancos*: ADIn 2.591. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 5.

¹⁹² NUNES, Rizzato. MARQUES, Claudia Lima; ALMEIDA, João Batista de; PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos bancos*: ADIn 2.591. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 301.

¹⁹³ Marques pondera que persistem no mercado brasileiro “diversos problemas básicos na área dos serviços financeiros e bancários a afetar os consumidores, com destaque para o acesso aos próprios serviços, a crescente complexidade, tanto na obtenção de informações, como nos contratos e serviços financeiros, com perda de transparência nas relações, a variabilidade de custos em contratos de longa duração, a inclusão de cláusulas abusivas do contrato, cláusulas de fim do vínculo, cláusulas e condições pouco claras ou incompreensíveis, problemas quanto à proteção de dados e da privacidade, de superendividamento, de segurança em pagamentos, envios de talões por correio e transferências eletrônicas, a autenticidade da manifestação de vontade em pagamentos eletrônicos, entre outros”. (MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*: o novo regime das relações contratuais. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 592-593.)

Acrescente-se que tais circunstâncias se inferem das diversas decisões judiciais que envolvem práticas abusivas praticadas pelos bancos. Parece ser o setor em que as normas consumeristas têm mais dificuldade de se estabelecer. Veja os exemplos:

Exemplo 1: decisão do TJRS que afasta a prática de venda casada: APELAÇÃO CÍVEL. NEGÓCIOS JURÍDICOS BANCÁRIOS. AÇÃO ORDINÁRIA. REVISÃO DE CONTRATO DE EMPRÉSTIMO PESSOAL (PESSOA FÍSICA). (...) 7. Demonstrada a prática de venda casada, deve ser declarada a nulidade do contato de seguro de vida e do título de capitalização impostos ao consumidor, na forma do artigo 39, inciso I, do CDC. 8. Autorizada a compensação dos valores pagos a maior pelo consumidor com o débito remanescente após a revisão do pacto, bem como a repetição simples do saldo eventualmente apurado em seu favor (Código Civil, art. 884, caput). 9. Ônus sucumbenciais redimensionados. APELAÇÃO PARCIALMENTE PROVIDA. (RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70057065237. Apelante: Edson Noé Pereira Dias. Apelado: Banrisul. Relator: Mário Crespo Brum. Porto Alegre, 28 ago. 2014. DJ 29 ago. 2014.)

Exemplo 2: decisão do TJPR que afasta prática abusiva de banco que se apropriou de crédito em conta-corrente do consumidor para pagar dívida desta com terceiro: RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE RESCISÃO CONTRATUAL E INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. SENTENÇA DE PROCEDÊNCIA EXARADA NO FEITO. UTILIZAÇÃO DE PARTE DO CRÉDITO PARA QUITAÇÃO DE DÍVIDA MANTIDA PELA AUTORA JUNTO A TERCEIRO, PELO BANCO RÉU. PRÁTICA ABUSIVA DO BANCO EVIDENCIADA. CANCELAMENTO DO CONTRATO. RETORNO DAS PARTES AO STATUS QUO ANTE. RESTABELECIMENTO DO CONTRATO QUITADO PELO BANCO RECORRENTE E DEVOLUÇÃO DO SALDO CREDITADO NA CONTA DA AUTORA. DANO MORAL CONFIGURADO. QUANTUM FIXADO A TÍTULO DE DANO MORAL QUE NÃO COMPORTA REDUÇÃO, PORQUANTO CONSENTÂNEO COM AS CIRCUNSTÂNCIAS DO CASO CONCRETO E COM OS PARÂMETROS ADOTADOS POR ESTA

A origem etimológica da palavra crédito é o latim *credere*, que significa ter confiança.¹⁹⁴ Marques ensina: crédito é tempo. É o tempo que o consumidor tem para pagar por algo que adquire. Assim, crédito ao consumo é o tempo que a pessoa tem para pagar pelos produtos e serviços que adquire através dos “vários contratos oferecidos no mercado ao consumidor”, como por exemplo, pagamento em prestações de produtos e serviços, uso de cartões de crédito, crédito consignado, entre outros. A pessoa recebe imediatamente o bem, serviço ou quantia em dinheiro e a devolve em parcelas, com o acréscimo de encargos (juros e taxas).¹⁹⁵ Em suma, crédito ao consumo são as operações de crédito em que o consumidor é o mutuário.¹⁹⁶

Pode-se, pois, afirmar que o crédito se associa a essas duas noções: tempo e confiança.¹⁹⁷

Na conceituação de Lopes, “é um sistema de financiamento, por meio de crédito direto concedido pelo comerciante, mas sobretudo por financeiras, bancos e cartões de crédito”.¹⁹⁸ Para Lima e Bertoncello, crédito ao consumo é qualquer empréstimo concedido ao consumidor final que se destina a custear suas necessidades pessoais e familiares, excluindo-se aqueles destinados aos custos profissionais.¹⁹⁹

Para fins jurídicos, o crédito somente aparecerá por ocasião de um contrato, instrumento que propiciará prever o elastecimento do pagamento no tempo, bem como impor garantias.

O contrato de crédito é um tipo de contratação que faz parte do dia-a-dia da maioria das pessoas, sendo um mercado de constante e intensa expansão. O Código de Auto-Regulamentação Bancária da Febraban, de 28 de agosto de 2008, consignou:

CORTE EM CASOS ANÁLOGOS. SENTENÇA PARCIALMENTE REFORMADA. RECURSO CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO. (PARANÁ. Turmas Recursais. Recurso Inominado N. 0001646-97.2013.8.16.0186. Recorrente: Banco Daycoval S.A. Recorrida: Angelina Marqueto. Relator: Rafael Luis Brasileiro Kanayama. Curitiba, 12 mar. 2015. DJ 16 mar. 2015.)

¹⁹⁴ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 22.

¹⁹⁵ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 05.

¹⁹⁶ PAISANT, Gilles. Buena fe, crédito y sobreendeudamiento: el caso francés. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 195-204, jul.-ago./2015. p. 2.

¹⁹⁷ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 22.

¹⁹⁸ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 2.

¹⁹⁹ LIMA, Clarissa Costa de. BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 191-210. p. 193.

Os bancos fazem parte do dia-a-dia das pessoas, possibilitando desde o pagamento e o recebimento de salários, aposentadorias, impostos, taxas, contas e compras, até a tomada de empréstimos e aplicação em investimentos. Apenas em 2007, foram realizadas algo em torno de 37 bilhões de transações, muitas das quais nas mais de 18.000 agências distribuídas no país. Números dessa magnitude mostram o quanto um sistema bancário saudável, ético e eficiente é essencial para o desenvolvimento econômico e social do Brasil.²⁰⁰

Há diversas naturezas que podem ser atribuídas a um contrato de crédito. Isso porque não há natureza certa e estanque, como, por exemplo, um contrato de venda. Em verdade, o contrato de crédito é mutável, vez que constantemente novas formas de crédito são desenvolvidas para atrair consumidores.²⁰¹

Assim, tais contratos se apresentam de variadas formas. Pode haver tanto a concessão quanto aumento de crédito, em contrato conexo ao contrato de conta corrente, como é o caso do cheque especial, cartão de crédito, financiamentos de bens, tanto de bens de valores mais significativos (casa própria, automóvel), quanto de bens de menor valor (eletrodomésticos), dentre outros. Todos esses são tipos de contratação em que o fornecedor oferta crédito ao consumidor. Mas ainda, não é de se olvidar, existe o crédito independente de qualquer outra contratação – e nesse tipo de contrato os fornecedores investem fortemente em publicidade para a captação de clientes. Aliás, há instituições financeiras que trabalham tão-só com esta modalidade de contratação, e divulgam o serviço oferecido com foco nas facilidades para a obtenção do crédito. Ainda, associam a autonomia do crédito à ideia de independência e, assim, liberdade do consumidor, passando a mensagem de que ele poderá comprar o que quiser.²⁰²

Uma forte característica do contrato de crédito é sua extrema (e crescente) complexidade. Lorenzetti faz menção ao que chama de “fenômeno das alianças estratégicas”, que une bancos, operadoras de cartões de crédito, companhias de seguros, tendo como resultado o oferecimento de produtos complexos, em razão da conexidade contratual.²⁰³ No mesmo sentido, Miragem ressalta que a complexidade dos serviços oferecidos pelas instituições financeiras é crescente, o que faz com que sejam crescentes os riscos deles

²⁰⁰ FEBRABAN. *Código de Auto-Regulação Bancária*. 28 de agosto de 2008. Disponível em: <[http://www.febraban.org.br/7Rof7SWG6qmyvwJcFwF7I0aSDf9jyV/sitefebraban/Codigo%20de%20Auto-Regulacao%20Bancaria%20VF%20\(clean\).pdf](http://www.febraban.org.br/7Rof7SWG6qmyvwJcFwF7I0aSDf9jyV/sitefebraban/Codigo%20de%20Auto-Regulacao%20Bancaria%20VF%20(clean).pdf)>. Acesso em: 13 nov. 2015.

²⁰¹ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 14.

²⁰² MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 380-381.

²⁰³ LORENZETTI, Ricardo Luis; MARQUES, Claudia Lima. *Contratos de servicios a los consumidores*. 1. ed. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni Editores, 2005. p. 415.

decorrentes.²⁰⁴

Para Lima, a contratação a crédito já é arriscada na sua essência, justamente por envolver decisão incerta, em razão do desconhecimento do consumidor acerca das complexas operações, o que o torna incapaz de compreender sozinho suas consequências. Por isso, muitos são induzidos ao fechamento do contrato, pela publicidade ou pelo próprio profissional, pensando no prazer imediato, mas sem avaliar e sem ter conhecimento sobre os reais custos e riscos.²⁰⁵

Tal contrato está entre o rol dos contratos bancários, que são aqueles concluídos entre o consumidor e um banco ou uma instituição financeira. São firmados através de contrato de adesão e com condições gerais, que são “impostas e desconhecidas”.²⁰⁶

Os contratos de adesão recebem definição do CDC, no artigo 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”.

Nessa perspectiva, o contrato será de adesão quando suas cláusulas forem elaboradas prévia e unilateralmente, cabendo à outra parte apenas aceitá-las ou não (aderir ou não ao contrato).²⁰⁷ O consentimento, no contrato de adesão, manifesta-se, pois, como uma simples adesão. Lorenzetti consigna que, na verdade, não há um consentimento em sentido técnico, mas apenas mera adesão do disposto por uma das partes pela outra.²⁰⁸ Gomes destaca três características básicas ao contrato de adesão: uniformidade, predeterminação e rigidez. Uniformidade tendo em vista que o predisponente visa obter um número indeterminado de aderentes que aceitem passivamente as mesmas condições, de modo que se torna idêntico o conteúdo de todas as relações contratuais. A predeterminação consiste no fato de que seu conteúdo é previamente e unilateralmente formulado por uma das partes, cabendo à outra parte apenas aderir. A rigidez das cláusulas decorre da uniformidade, e impossibilidade de flexibilização. A flexibilização desfigura a adesividade.²⁰⁹

As condições gerais dos contratos (que, para a doutrina portuguesa, são as cláusulas

²⁰⁴ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 378.

²⁰⁵ LIMA, Clarissa Costa de. Crédito responsável e superendividamento. Suspensão do desconto de empréstimo consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 64, p. 301-310, out./2007. p. 06.

²⁰⁶ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 560.

²⁰⁷ DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. Um estudo das cláusulas abusivas no Código de Defesa Do Consumidor e no Código Civil de 2002. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, v. 32, p. 171-200, out./2007.

²⁰⁸ LORENZETTI, Ricardo Luis. *Tratado de los contratos*. Tomo I. Buenos Aires: Rubinzal – Culzoni Editores, 1999. p. 141.

²⁰⁹ GOMES, Orlando. *Contratos*. 24.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 118-119.

contratuais gerais²¹⁰), são cláusulas pré-formuladas, que podem estar inseridas ou não no documento contratual, para a utilização em número indefinido de contratos de um determinado tipo, com vista à disciplina uniforme dessa multiplicidade de contratos, a serem celebrados pelo predisponente ou por terceiro.²¹¹

Importante registrar que, assim como todos os contratos bancários, os contratos de crédito sofreram grande influência da evolução tecnológica, hoje é uma realidade a automação dos serviços bancários, em razão do uso massivo da tecnologia da informação, que resultou, como ressalta Miragem, na “desmaterialização do dinheiro e da moeda como tal”.²¹²

Outra forte característica dos contratos bancários – e de muitos contratos de crédito (por exemplo, cheque especial, cartão de crédito) – é o fato de serem de longa duração (contratos relacionais).²¹³ Isso denota a catividade dos consumidores a tais contratos, aumentando sua dependência e, por esse motivo, sua vulnerabilidade.²¹⁴

A forte publicidade que envolve tais contratações também é fator que merece destaque. As instituições financeiras investem de forma agressiva nas ações de marketing. Assim, os consumidores são levados a firmar tais contratos induzidos pela publicidade massiva, que estimula acumulação de bens materiais e imateriais (o chamado "poder da necessidade" e a "sedução das novas necessidades").²¹⁵

Ademais, atualmente, é marca da contratação a crédito o acesso fácil. O crédito é acessível a qualquer classe social e financeira. A “democratização do crédito”²¹⁶ fez com não só as classes mais favorecidas, mas também as classes mais pobres e, por consequência, menos esclarecidas e educadas para o consumo tivessem acesso ao crédito.²¹⁷

Hoje, no Brasil, classes média (B), média baixa (C) e pobre (D) também têm acesso ao crédito, conseguem financiar seus produtos ou mesmo tomar dinheiro emprestado. Marques salienta que “o crédito para pessoa física aumentou oito vezes, segundo a Febraban, e hoje já

²¹⁰ Nesse sentido: ANTUNES, José A. Engrácia. *Direito dos Contratos Comerciais*. Coimbra: Almedina, 2014; PRATA, Ana. *Contratos de Adesão e cláusulas contratuais gerais: anotação ao Decreto-Lei n.446/85*. Coimbra: Almedina, 2010; RIBEIRO, Joaquim de Sousa. *Direito dos Contratos*. Coimbra: Coimbra Editora, 2007.

²¹¹ RIBEIRO, Joaquim de Sousa. *Direito dos Contratos*. Coimbra: Coimbra Editora, 2007. p. 183.

²¹² MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 377.

²¹³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 377.

²¹⁴ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos bancários em tempos pós-modernos - Primeiras reflexões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 25, p. 19-38, jan.-mar./1998. p. 8.

²¹⁵ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos bancários em tempos pós-modernos - Primeiras reflexões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 25, p. 19-38, jan.-mar./1998. p. 8.

²¹⁶ MARQUES, Cláudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 13.

²¹⁷ FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 227-242, abr.-jun./2010. p. 235

é responsável por quase a metade do crédito concedido por todo o sistema financeiro brasileiro”.²¹⁸

Essa realidade é constatada a nível mundial. Nesse sentido, Williams destaca que o crédito ao consumo a pessoas físicas representa significativa parte da receita dos grandes grupos bancários. Refere, aliás que os bancos se tornaram dependentes dos empréstimos individuais e da extração direta de renda de pessoas físicas.²¹⁹

Chama-se a atenção a tais características – complexidade, adesividade, automação, catividade, publicidade e o acesso fácil – para demonstrar que a vulnerabilidade do consumidor frente a essas contratações é intensa e crescente. E, diante desses elementos, analisa-se a figura do consumidor de crédito.

A vulnerabilidade desse consumidor se agrava em uma sociedade em que se depara comumente com salários defasados e preços altos. Sociedade dos riscos, em que as pessoas são surpreendidas com tantos acidentes da vida (mortes, doenças graves, desemprego). Tanto é flagrante essa vulnerabilidade que os consumidores recorrem ao crédito ao consumo para, muitas vezes, escapar das dívidas. Mas, em muitos casos, o que parece solução pode se tornar um problema muito maior.

Ao contrair crédito em uma instituição financeira, o consumidor ocupa posição econômica vulnerável em comparação ao fornecedor. Assim, toma o crédito em condições desvantajosas, porque não tem condições de negociar. Juros altos, encargos abusivos, taxas elevadas, tudo contribui para deixar o consumidor em condição financeira precária, o que o faz tomar mais empréstimos para sair dessa situação.

Ao firmar um contrato de crédito, o consumidor se depara com elementos como: garantia, taxa de juros remuneratórios, capitalização de juros, comissão de permanência, taxa de concessão de financiamento, juros moratórios, multa, dentre outros encargos, que formam um verdadeiro emaranhado impossível de ser decifrado pelo consumidor (ou muito deles).

Nesse sentido, afirma-se que há uma vulnerabilidade especial no consumidor de crédito, “dada a influência de diversos fatores sobre sua liberdade de decisão em negócios

²¹⁸ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 4.

²¹⁹ A autora apresenta dados estatísticos: no ano de 2006, o crédito ao consumo a pessoas físicas gerou 56% dos lucros no Citigroup e 43% do total dos lucros no HSBC (superando setores comerciais, que ficaram em 27,3% dos lucros). Entre os anos de 1976 e 2006, no Reino Unido, foram quadruplicados os contratos de crédito ao consumo, aumentando a parcela de empréstimos individuais diretos de 11,6% para 40,7%. Até dezembro de 2006, empréstimos individuais representavam mais de 40% das carteiras de crédito do HSBC e Barclays, os dois maiores grupos bancários do Reino Unido, e mais de 75% do total das carteiras de crédito do Citigroup e Banco da America. (WILLIAMS, Toni. Who Wants to Watch? A Comment on the New International Paradigm of Financial Consumer Market Regulation. *Seattle University Law Review*, Seattle, v. 36, p.777-801, 2013. p. 13.)

desta natureza”²²⁰.

Ressalta daí a problemática dos consumidores hipervulneráveis. Schimtt salienta que o próprio CDC, além de reconhecer a vulnerabilidade do consumidor, reconhece que alguns consumidores poderão apresentar uma fraqueza ainda maior, diante da previsão do inciso IV do seu artigo 39, que considera prática abusiva o fornecedor “prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços”²²¹. Essa noção de vulnerabilidade mais acentuada já trazida pelo CDC agora é chamada pela doutrina²²² e jurisprudência de hipervulnerabilidade²²³.

Marques fala dos analfabetos na contratação crédito (e serviços bancários em geral), referindo que inquestionável a vulnerabilidade agravada, e que, nesse caso, o cuidado especial e o dever de boa-fé ao consumidor é especial.²²⁴

Idosos e mulheres são categorias de consumidores que também merecem um tratamento especial em relação ao tema. Dados levantados pelo “Observatório do Crédito e Superendividamento do Consumidor” da UFRGS demonstram que mulheres (em especial sozinhas, arrimo de família, aposentadas, pensionistas), que ganham até 3 salários mínimos, com 40 anos ou mais, bem como que os consumidores idosos, vítimas de uma agressiva concessão de crédito, são as maiores vítimas do superendividamento.²²⁵

Esses fatos demonstram que alcançar a efetiva defesa dos consumidores nos contratos de crédito não é tarefa fácil: essas relações merecem atenção especial e proteção mais acentuada. Daí a importância do cumprimento do dever de informar, sendo correto afirmar que apenas com a prestação adequada desse dever será possível a defesa concreta do

²²⁰ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2012. p. 193.

²²¹ SCHMITT, Cristiano Heineck. A 'hipervulnerabilidade' do consumidor idoso. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 70, p. 141-142, abr./jun. 2009. p. 08.

²²² Veja: MARQUES, Claudia Lima. O “diálogo das fontes” como método da nova teoria geral do direito: um tributo a Erik Jayme. In: MARQUES, Claudia Lima. (Coord.). *Diálogo das fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012; SCHMITT, Cristiano Heineck. Indenização por dano moral do consumidor idoso no âmbito dos contratos de planos e de seguros privados de assistência à saúde. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 51, p.130-153, jul.-set./2004; NISHIYAMA, Adolfo Mamoru; DENSA, Roberta. A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 13-45, out.-dez./2010, entre outros.

²²³ O Ministro Herman Benjamin, em julgamento do Recurso Especial nº 586.316/MG em 2007, insere na jurisprudência a nomenclatura hipervulnerabilidade dos consumidores (que foi aceita pela doutrina).

²²⁴ MARQUES, Claudia Lima. O “diálogo das fontes” como método da nova teoria geral do direito: um tributo a Erik Jayme. In: MARQUES, Claudia Lima. (Coord.). *Diálogo das fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 50.

²²⁵ MARQUES, Claudia Lima. Mulheres, Idosos e o Superendividamento dos Consumidores: cinco anos de dados empíricos do Projeto-Piloto em Porto Alegre. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 393-423, jul.-ago./2015. p. 1.

consumidor.²²⁶

3.2 Em busca do consentimento racional e refletido do consumidor

A informação é capaz de permitir ao consumidor tomar uma decisão verdadeiramente refletida e racional no momento de contratar, sendo “o único meio de reduzir os riscos e incertezas inerentes à decisão de contratar um crédito”.²²⁷ Neste ponto, será analisado o dever de informar específico aos contratos de crédito num contexto pré-contratual, assim como o posicionamento da jurisprudência atual frente a tais casos, buscando avaliar os mecanismos de proteção do consentimento do consumidor e como são aplicados.

Para tanto, serão analisados três momentos essenciais no contrato para a formação do consentimento racional e refletido: a publicidade, a oferta e o prazo de reflexão.

A publicidade é fonte de intensa pressão sofrida pelo consumidor, que reduz sobremaneira a sua autonomia da vontade no momento de contratar.²²⁸ Práticas abusivas são rotineiramente adotadas pelas instituições financeiras, que “dissimulam de forma perversa” e aproveitam a situação de fragilidade do consumidor para vender seus produtos.²²⁹

Assim, é necessário atentar a esse momento da contratação, pois é quando o consentimento do consumidor começa a ser formado. Segundo Lôbo, a publicidade é espécie do gênero informação²³⁰, modo que incide também o dever de informar.²³¹ As normas atinentes à publicidade também trazem em seus conteúdos o dever de informar, que, nesse

²²⁶ Afirma Barbosa: “Somente mediante a prestação dos deveres de informar, poder-se-á alcançar a defesa do consumidor, tendo em vista o abismo informativo criado pelo crescente avanço tecnológico e científico, o qual elevou o grau de complexidade e especialidade de produtos e serviços postos à disposição no mercado, bem como o desenvolvimento de uma sociedade massificada, que, pela sua própria concepção, acaba por distanciar ainda mais os partícipes da relação de consumo.” BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 42.

²²⁷ LIMA, Clarissa Costa. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./2010. p. 4.

²²⁸ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 42.

²²⁹ CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividado: referências no Brasil. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 384-398. p. 394.

²³⁰ LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595-614, abr./2011. p. 10.

²³¹ Nesse sentido, decidiu o STJ: “(...) 3. Um dos direitos básicos do consumidor, talvez o mais elementar de todos, e daí a sua expressa previsão no art. 5º, XIV, da Constituição de 1988, é “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço” (art. 6º, III, do CDC). Nele se encontra, sem exagero, um dos baluartes do microsistema e da própria sociedade pós-moderna, ambiente no qual também se insere a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva (CDC, arts. 6º, IV, e 37). (...) (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1261824/SP. Recorrente: Peugeot Citroën do Brasil Automóveis Ltda. Recorrido: Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo. Relator: Min. Herman Benjamin. Brasília, 14 fev. 2012. DJe 09 maio 2013.)

âmbito, tem caráter coletivo.²³² E não poderia ser diferente, justamente porque o conteúdo da publicidade é informação, sendo veículo de informação sobre o produto. A publicidade é, pois, meio de transmitir informação, pois se destina a atrair o público, no caso, o consumidor, informando-o sobre o produto ou serviço, com o intuito de convencê-lo a consumir.²³³

E o CDC, apesar de não trazer norma específica regulando publicidade nos contratos de crédito²³⁴, regula a prática de forma geral ao longo de seu texto.

O artigo 30²³⁵ traz o princípio da vinculação, pois considera oferta – e, portanto, de caráter vinculante – toda informação ou publicidade suficientemente precisa.²³⁶ Note-se que, mesmo inserido na seção da oferta, o artigo é aplicável à publicidade.²³⁷ Segundo Miragem, a vontade do fornecedor não é relevante neste momento, pois qualquer divulgação – ainda que errônea – obrigá-lo-á ao cumprimento.²³⁸

O artigo 36²³⁹ determina que toda publicidade deve ser reconhecida como tal. Nesse

²³² BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 48.

²³³ Veja sobre os efeitos obrigacionais da publicidade: PASQUALOTTO, Adalberto. *Os efeitos obrigacionais da publicidade no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1997.

²³⁴ LIMA, Clarissa Costa. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./2010. p. 15.

²³⁵ Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

²³⁶ Nesse sentido, o julgado do TJRS: CONSUMIDOR. ANÚNCIO DE MICROCOMPUTADOR. DESCUMPRIMENTO DA OFERTA PUBLICADA NO SITE DA EMPRESA RÉ. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO DA PUBLICIDADE. AUSÊNCIA DE ERRO EVIDENTE. DANOS MORAIS NÃO CONFIGURADOS. 1. In casu, não verifico que o autor teria obrigação de saber que o valor constante no anúncio estava equivocado, ainda que o valor real do bem seja muito superior, uma vez que não se está diante de erro grosseiro, perceptível a qualquer consumidor. Ademais, o reconhecimento posterior do equívoco não afasta a responsabilidade da demandada pelo produto ofertado, incidindo, na espécie, o princípio da vinculação da publicidade, nos termos do art. 30 do CDC. 2. Dano moral. Para o reconhecimento dos danos morais faz-se necessário, além de quebra contratual, a demonstração de que, em virtude do fato, advieram ao consumidor transtornos, inconvenientes e aborrecimentos que ultrapassam o padrão de normalidade, situações que não restaram comprovadas nos autos. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO. PREJUDICADO O APELO DA RÉ. (RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70031191216. Apelante: Frederico Afonso Diefenthaler Weber. Apelado: DELL Computadores do Brasil LTDA. Relator: Paulo Antônio Kretzmann. Porto Alegre, 26 nov. 2009. DJ 25 jan. 2010.

²³⁷ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 256.

²³⁸ Todavia, o autor faz a ressalva de que se inserem como exceção ao princípio da vinculação as ofertas “manifestamente incorretas, com erros crassos e evidentes ao observador razoável”, modo que não vinculam o fornecedor, por serem incapazes de despertar a confiança do consumidor. (MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 234.)

Nesse sentido, a 2ª Turma Recursal do Estado do Rio de Janeiro entendeu erro evidente na oferta de um Notebook pelo valor de R\$155,88, parcelado em 12 vezes de R\$12,99. RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Recurso Inominado nº 0028627-98.2008.8.19.0205. Recorrente: Rodrigo Alves de Souza. Recorrido: Mobilita Comércio Indústria e Representações Ltda. Relator: Daniela Ferro Affonso Rodrigues Alves. Rio de Janeiro, 10 de setembro de 2009. Disponível em: < http://www4.tjrj.jus.br/ejud/Consulta_Processo.aspx?N=20097000594910> Acesso em: 02 dez. 2015.

²³⁹ Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

sentido, proíbe a publicidade subliminar²⁴⁰, pois é aquela que atinge o subconsciente do consumidor, em uma velocidade tão rápida que chega a ser imperceptível.²⁴¹

No artigo 37, o CDC proíbe expressamente a publicidade não verdadeira, que é considerada enganosa e a publicidade abusiva. Conforme Ramsay, a palavra ‘enganosa’ envolve valores éticos e econômicos, expressa “a necessidade da verdade no mercado de consumo e de um nível preciso de informação a fim de que os consumidores possam fazer suas escolhas com base em dados econômicos”. Fala o autor no “valor da verdade”, ressaltando a importância para manter a confiança do consumidor. Já no que se refere à abusividade, pondera que envolve situações em que existam “falhas no fornecimento das informações do mercado, que tendam a levar a distorções no preço, qualidade e termos dos produtos e serviços ao consumidor”.²⁴²

Como sanção ao descumprimento dessas normas, o CDC impõe obrigação de contrapropaganda, multa ou detenção (que pode ir de 3 meses a 2 anos): artigo 60²⁴³ (imposição de contrapropaganda em caso de publicidade enganosa ou abusiva), 67²⁴⁴ (publicidade enganosa ou abusiva), 68²⁴⁵ (publicidade que induza o consumidor a comportamento prejudicial ou perigoso a sua saúde ou segurança).

É certo que a publicidade tem função persuasiva, mas, afora essa função, devem ser observados patamares mínimos de conduta decorrentes da boa-fé, para não prejudicar o outro. Quando se trata de crédito – contrato sabidamente arriscado –, os problemas se agravam. A forte publicidade seduz o consumidor, multiplica necessidades e promete sua satisfação imediata, sem esforço.²⁴⁶ Em verdade, a publicidade é capaz de manipular preferências, criando desejos, em vez de atender necessidades.²⁴⁷

²⁴⁰ NERY JUNIOR, Nelson. Os princípios gerais do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 3, p. 44-77, jul.-set./1992. p. 18.

²⁴¹ Sobre um estudo acerca da publicidade no CDC: CHAISE, Valéria Falcão. *A publicidade em face do código de defesa do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2001. A autora registra episódio considerado o início da prática: nos Estados Unidos, em um cinema de Nova Jersey, onde se projetaram mensagens subliminares, oferecendo fotogramas com “Coma pipoca” e “Beba Coca-Cola” (na época, pesquisas identificaram que a venda dos produtos cresceu consideravelmente).

²⁴² RAMSAY, Iain. O Controle da Publicidade em um Mundo Pós-Moderno. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 4, p. 26-41, out.-dez./1992. p. 2.

²⁴³ Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

²⁴⁴ Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva: Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

²⁴⁵ Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança: Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

²⁴⁶ LIMA, Clarissa Costa. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./2010. p. 6.

²⁴⁷ RAMSAY, Iain. O Controle da Publicidade em um Mundo Pós-Moderno. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 4, p. 26-41, out.-dez./1992. p. 3.

Mesmo com a previsão dos artigos citados, em especial do 37, a publicidade enganosa e a abusiva, que induz o consumidor a comportar-se de modo prejudicial à segurança de seu patrimônio, são frequentes na realidade das instituições financeiras²⁴⁸, que as praticam sem observar as regras da lei consumerista.²⁴⁹

As instituições financeiras aprimoram suas estratégias de marketing cada vez mais. O crédito passa a ser vendido como sonho,²⁵⁰ associado a um tipo de conduta natural, celebridades ocupam espaço em propagandas transmitidas em horário nobre da televisão,²⁵¹ facilidades são exacerbadas, como a corriqueira referência de que “não haverá consulta a cadastros de crédito” e de “juros zero”, entre outras.

Promete-se facilidade e rapidez, e na maioria das vezes o conteúdo da publicidade é emocional e não racional.²⁵² Exemplos são vastos: a Crefisa oferece em seu site “*Dinheiro em até 24 horas para negativado*”²⁵³; a Portocred diz ao consumidor: “*Coloque suas contas em dia e saia do vermelho! Seu Crédito Pessoal entra na conta em minutos!*”²⁵⁴; a Credifil promete a solução dos problemas: “*Com um empréstimo você consegue resolver seus problemas hoje e pagar dentro das suas possibilidades*”²⁵⁵.

Diante dessa prática corriqueira das instituições financeiras, em descumprimento à normativa geral imposta pelo CDC de regulação da publicidade, como o artigo 37, faz-se necessário obrigar o profissional a incluir na publicidade de crédito informações verídicas e claras, e um “conteúdo mínimo de informações sobre o custo do crédito”, a fim de auxiliar na preparação da decisão do consumidor no momento do contrato de crédito.²⁵⁶ Essa exploração da vontade do consumidor (somada à generalização do crédito e à facilidade de acesso) é capaz de fazer com a que sua declaração de vontade se torne um ato resultante simplesmente de um desejo, guiado mais pelo prazer do que pela razão, prejudicando sua liberdade de

²⁴⁸ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 383.

²⁴⁹ É comum ver instituições financeiras oferecendo “crédito gratuito”, ou “sem consulta”, o que se traduz em publicidade enganosa, pois é sabido que o fornecedor de crédito embute os riscos próprios do inadimplemento, sendo que não existe crédito sem custo para o consumidor. CALIXTO, Marcelo Junqueira. A reforma do CDC no tocante ao consumidor superendividado: primeiras impressões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p. 273-309, maio-jun./2013. p. 10.

²⁵⁰ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 2.

²⁵¹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 381 e 383.

²⁵² SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 71, p. 9-33, jul.-set./2009. p. 8.

²⁵³ Disponível em: <<http://www.crefisa.com.br>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

²⁵⁴ Disponível em: <<http://www.portocred.com.br/>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

²⁵⁵ Disponível em: <<http://www.credifil.com.br/>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

²⁵⁶ LIMA, Clarissa Costa. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./2010. p. 15.

escolha, e, assim, afetando fortemente a autonomia da vontade.²⁵⁷

A legislação francesa possui normativa específica a regular a publicidade de crédito. O artigo L.311-4 do *Code de la Consommation* obriga ao fornecedor inserir informações sobre as condições do contrato – desde a publicidade – tornando possível que a reflexão do consumidor inicie desde aquele momento (são obrigatórias informações como identidade do fornecedor, natureza, objeto e duração do crédito, o seu custo total, a taxa efetiva global, o valor total do pagamento por prestações).²⁵⁸ O artigo L.311-6 do *Code de la Consommation*, por sua vez, determina que toda a publicidade que tenha a expressão “crédito gratuito” ou que ofereça alguma vantagem equivalente deve indicar o total do desconto concedido em caso de pagamento à vista, caso essa seja a escolha do consumidor. O código impõe sanção penal pelo descumprimento dessas normas.²⁵⁹

Ainda, a jurisprudência francesa é atenta à publicidade de crédito agressiva. A Primeira Câmara Civil do Tribunal de Grande Instância de Nanterre (decisões n. B.O. 6322, B.O. 6323, B.O. 6377, do ano de 1998) condenou ao pagamento de perdas e danos à União Federal dos Consumidores, instituições financeiras que praticavam publicidade enganosa referente a crédito, como “crédito em 24 horas”, “antes de desligar o telefone, você sabe que seu empréstimo está concedido”. O Tribunal determinou ainda que as rés publicassem – por sua conta – essa decisão em três jornais que seriam escolhidos pela União Federal dos Consumidores.²⁶⁰

No que se refere à oferta, o CDC tutela o direito do consumidor a ter acesso a todas as informações necessárias para uma decisão informada quando da realização de um contrato de crédito. No aspecto geral, o artigo 31²⁶¹ trata das informações imprescindíveis para que o consumidor decida pela contratação. Trata-se de norma de grande importância, pelo caráter preventivo que possui, pois “um dos mecanismos mais eficientes de prevenção é exatamente a

²⁵⁷ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 43-44.

²⁵⁸ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: A Proteção do Consumidor em Direito Comparado Brasileiro e Francês*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 63.

²⁵⁹ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: solidariedade e boa-fé*. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 241.

²⁶⁰ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: A Proteção do Consumidor em Direito Comparado Brasileiro e Francês*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 63.

²⁶¹ Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

informação preambular, a comunicação pré-contratual”²⁶². O dispositivo, aliás, prevê que não é qualquer modalidade de informação que será suficiente a suprir o dever de informar, estabelecendo que a informação deverá ser correta (verdadeira), clara (de fácil compreensão), precisa (objetiva e certa), ostensiva (de fácil percepção) e em língua portuguesa. O STJ identificou as quatro categorias da obrigação de informação imposta por tal dispositivo:

A obrigação de informação é desdobrada pelo art. 31 do CDC, em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (= características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (= como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (= custo, formas e condições de pagamento), e d) informação-advertência (= riscos do produto ou serviço).²⁶³

Importante a colocação de Benjamin, segundo o qual tal artigo é apenas enumerativo, não esgota as informações que devem ser alcançadas ao consumidor, o que significa que o fornecedor deverá informar “outros dados” que, para o caso específico do produto ou serviço que fornece, sejam importantes para a livre escolha do consumidor.²⁶⁴

O artigo 52²⁶⁵ do CDC traz normativa específica aos contratos de crédito. O dispositivo regula o dever de informação nos contratos de crédito, instituindo deveres de informação especiais e obrigatórios aos fornecedores²⁶⁶, especificando e exigindo que informe: preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional, montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros, acréscimos legalmente previstos, número e periodicidade das prestações, soma total a pagar, com e sem financiamento.

²⁶² BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 264.

²⁶³ Nesse julgado, foi analisada a situação da rotulagem de alimentos com glúten, sendo reconhecida a necessidade de, “por força do art. 31 do Código de Defesa do Consumidor – CDC, complementar a expressão “contém glúten” com a advertência dos riscos que causa à saúde e segurança dos portadores da doença celíaca”. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 586316. Recorrente: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Recorrido: ABIA – Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação. Relator: Min. Herman Benjamin. Brasília, 04 jun. 2013. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/doc.jsp?livre=586316&&b=ACOR&p=true&t=&l=10&i=9>>. Acesso em: 02 jun. 2013.

²⁶⁴ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 266-267.

²⁶⁵ Artigo 52 do CDC. 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.

§ 1º As multas de mora decorrentes do inadimplemento de obrigações no seu termo não poderão ser superiores a dois por cento do valor da prestação

§ 2º É assegurado ao consumidor a liquidação antecipada do débito, total ou parcialmente, mediante redução proporcional dos juros e demais acréscimos.

²⁶⁶ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. atual. ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 1246.

Tais informações são imprescindíveis para que o consumidor tome sua decisão de forma consciente, podendo analisar o quanto sua receita será comprometida com o pagamento do crédito.²⁶⁷

Além disso, determina que o fornecedor deverá informar prévia e adequadamente o consumidor sobre todos os elementos do contrato de crédito antes de concluí-lo.²⁶⁸ Essas qualificações são de grande relevância.

A informação deve ser prestada antes da celebração do contrato, na fase das tratativas. O objetivo é que o consumidor possa “ter uma opção firme quanto à contratação”.²⁶⁹

A informação prévia possibilita uma tomada de decisão livre e racional sobre a realização do contrato.²⁷⁰ Informação adequada, ensina o STJ, deve ser “completa, gratuita e útil, vedada, neste último caso, a diluição da comunicação efetivamente relevante pelo uso de informações soltas, redundantes ou destituídas de qualquer serventia ao consumidor”²⁷¹.

A par dessa normativa, o CDC confere proteção do consumidor na fase pré-contratual, através da aplicação conjunta do artigo 52 ao artigo 46 (dever de disponibilização prévia do conteúdo do contrato ao consumidor).

O artigo 46²⁷² do *codex* prevê expressamente que os contratos de consumo no geral não obrigarão os consumidores, quando não for dada ciência prévia de seu conteúdo, ou se os instrumentos forem redigidos de modo a dificultar sua compreensão pelo consumidor. Há aqui um dever de esclarecimento, que determina que o consumidor deve entender a real extensão da obrigação que está assumindo.²⁷³

O fornecedor deve dar a oportunidade ao consumidor de tomar conhecimento do conteúdo do contrato, antes de concluí-lo. Significa que ele tem o dever de fazer com que o

²⁶⁷ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. atual. ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 1246.

²⁶⁸ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 10.

²⁶⁹ GRINOVER, Ada Pellegrini [et al.]. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor : comentado pelos autores do Anteprojeto*. 9.ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 2007. p.624.

²⁷⁰ LIMA, Clarissa Costa de. O dever de informação nos contratos de crédito ao consumo em direito comparado francês e brasileiro: a sanção para a falta de informação dos juros remuneratórios. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 69, p. 9-31, jan./2009. p. 6.

²⁷¹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 1144840/SP. Recorrente: Isabel Martins Favero. Recorrido: Associação Auxiliadora das Classes Laboriosas. Relatora: Min. Nancy Andrighi. Brasília, 20 mar. 2012. DJe 11 abr. 2012.

²⁷² Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão 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.

²⁷³ MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 215-257, jul./2002. p. 15.

consumidor tome “conhecimento efetivo” da obrigação que está assumindo.²⁷⁴

Da interpretação dos artigos 46 e 52 em conjunto, infere-se que a instituição financeira tem o dever de entregar cópia do instrumento contratual ao consumidor.²⁷⁵

Mais: a aplicação conjunta dos artigos 46 e 52 do CDC determina que, se não informado previamente, o consumidor não será obrigado às estipulações contratuais, e, assim, por exemplo, se os juros não estiverem previstos no contrato, não poderão ser cobrados do consumidor. Lima ensina:

Aplicando-se o art. 46 do CDC em conjunto com o art. 52 do CDC conclui-se que se o diploma protetivo prevê que o contrato ou as cláusulas obscuras não obrigarão o consumidor quando não lhe foi oportunizado o conhecimento prévio, os juros remuneratórios, quando não previstos no instrumento contratual, também não podem ser impostos ao consumidor por expressa vedação legal.²⁷⁶

Em adição à proteção do consumidor nos contratos de crédito, destaca-se a importância dos §3º e §4º²⁷⁷, do artigo 54 do CDC, que determinam critérios de redação para o contrato de adesão com vistas a facilitar o entendimento do consumidor (como determinação do tamanho da fonte, que não poderá ser inferior a doze) (§3º), bem como estabelecem que a cláusula que restringir direito do consumidor deve estar destacada (§4º). O consumidor deve entender as obrigações que está assumindo, e não destacar as cláusulas limitativas de direito “é não informar corretamente, o que coloca o fornecedor em violação contratual”.²⁷⁸

Assim, não há dúvidas de que o direito brasileiro impõe o dever de informar dos fornecedores para com os consumidores. A informação clara e adequada é instrumento a equilibrar uma relação que já nasce desequilibrada. Costa salienta que os artigos 52 e 46, somados à previsão do artigo 54, §3º (imposição de tamanho mínimo da fonte no contrato) e §4º (destaque às normas que limitem direitos do consumidor), do CDC, demonstram um

²⁷⁴ GRINOVER, Ada Pellegrini [et al.]. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor : comentado pelos autores do Anteprojeto*. 9.ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 2007. p.553.

²⁷⁵ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. atual. ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 1246.

²⁷⁶ LIMA, Clarissa Costa de. O dever de informação nos contratos de crédito ao consumo em direito comparado francês e brasileiro: a sanção para a falta de informação dos juros remuneratórios. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 69, p. 9-31, jan./2009. p. 11.

²⁷⁷ Art. 54. [...]

§ 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.

²⁷⁸ MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 215-257, jul./2002. p. 15.

notável formalismo informativo brasileiro.²⁷⁹

Mas o que se vê na prática de mercado é que os fornecedores não atendem às normas legais (muitas vezes o consumidor sequer recebe cópia do contrato). As informações exigidas pelo CDC comumente não são apresentadas ao consumidor, que contrata sem ter noção ao valor que o débito poderá chegar em caso de inadimplemento. Essa é a cultura que se verifica no dia-a-dia de consumidores e bancos²⁸⁰: quase todos os contratos são também acessíveis a partir de caixas eletrônicos, sem a possibilidade de o consumidor esclarecer dúvidas e receber orientações sobre as vantagens e desvantagens de cada modalidade de mútuo. O cumprimento das exigências do artigo 52 do CDC “está ainda longe da realidade”.²⁸¹

Dados estatísticos levantados, durante o período de 2007 a 2012, pelo “Observatório do Crédito e Superendividamento do Consumidor” da UFRGS, demonstram que os bancos não atendem o dever de informar satisfatoriamente. Foram analisados 6165 casos de consumidores superendividados e, dentre muitas conclusões, a que interessa para este trabalho: menos da metade desses consumidores (47,8%) receberam cópia dos contratos. E, dos que receberam, mais da metade (53,8%) receberam após a assinatura do contrato.²⁸²

Tais dados demonstram duas realidades: na maioria dos casos, a obrigação de disponibilização prévia do conteúdo do contrato aos consumidores não é observada pelas instituições financeiras, pois o conteúdo não é disponibilizado sequer depois da assinatura, visto que o consumidor não recebe o contrato; ainda, na maioria dos casos em que o consumidor recebe a cópia do contrato, recebe depois da sua assinatura, o que acaba também por infringir a norma do artigo 46 do CDC, pois não houve a disponibilização prévia do conteúdo.

Pode-se justificar essa conduta no fato de que as sanções previstas às instituições financeiras que desrespeitarem tais regras são muito “brandas e destituídas de qualquer eficácia cogente”.²⁸³

²⁷⁹ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: A Proteção do Consumidor em Direito Comparado Brasileiro e Francês*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 58-59.

²⁸⁰ Veja na constatação de Costa: “Infelizmente, esses são talvez os dispositivos mais infringidos no dia-a-dia da economia de consumo no Brasil”. (COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: solidariedade e boa-fé*. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 240.

²⁸¹ MOURA, Walter José Faiad de; BESSA, Leonardo Roscoe. Impressões atuais sobre o superendividamento: sobre a 7ª Conferência Internacional de serviços financeiros e reflexões para a situação brasileira. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 65, p. 144-162, jan.-mar./2008. p. 5.

²⁸² MARQUES, Claudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Dados preliminares da pesquisa empírica sobre o perfil dos consumidores superendividados da Comarca de Porto Alegre (2007 a 2012) e o “Observatório do Crédito e Superendividamento UFRGS-MJ”. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 99, p. 411-436, maio-jun./2015. p. 12.

²⁸³ GRASSI NETO, Roberto. Crédito, serviços bancários e proteção ao consumidor em tempos de recessão.

Uma comparação com o direito francês denota a pertinência desse entendimento. Na França, segundo Costa, há um formalismo informativo mais acentuado.²⁸⁴ O artigo L.311-8 do *Code de la Consommation* impõe deveres de informar desde a oferta, que deve obedecer um prazo de reflexão de quinze dias.²⁸⁵ Tal oferta deve conter os elementos do contrato: a identidade das partes, dos fiadores, as disposições legais aplicáveis, a natureza e o objeto do contrato de crédito, o custo do crédito e de cada serviço detalhado (diferenciando, por exemplo, o valor do seguro), as garantias reais ou pessoais, bem como a forma de cálculo de indexação e de reembolso antecipado.²⁸⁶

Importante lição desse sistema reside justamente nas sanções aplicáveis às instituições financeiras que descumprirem esse dever. São de dois tipos: a sanção penal e uma “original e rigorosa” sanção civil. A sanção penal é multa, ao passo que a sanção civil é a perda do direito à percepção dos juros. Costa esclarece que, imposta a pena, deverá o consumidor pagar somente o valor original do crédito, e os juros já pagos deverão ser restituídos ou compensados. Refere o autor, ainda, que a jurisprudência francesa “tem aplicado esta sanção com uma severidade exemplar, pouco importando a existência de prejuízo do tomador, pois as disposições da lei são de ordem pública”.²⁸⁷ Gallet exalta a importância da jurisprudência na proteção do consumidor e refere que a Corte de Cassação, através de seus julgados, é fonte essencial dessa proteção.²⁸⁸

Como referido acima, com base nas disposições dos arts. 46 e 52 do CDC, poder-se-ia cogitar da aplicação da pena de perda de juros no Brasil. Tanto em caso de não previsão dos encargos, quanto em caso de não entrega do instrumento contratual ao consumidor, tais normativas restariam violadas, podendo ser aplicada a sanção prevista no artigo 46: o consumidor que não tiver possibilidade de tomar conhecimento prévio do contrato, não será obrigado a cumprir com as obrigações assumidas.

No entanto, na jurisprudência pátria, não se vê rigor na aplicação de tais normas. Do contrário, o entendimento vai na contramão do que preceitua o diploma protetivo. O artigo 46

Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 80, p. 193-210, out.-dez./2011. p. 7.

²⁸⁴ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: A Proteção do Consumidor em Direito Comparado Brasileiro e Francês*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 59.

²⁸⁵ PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 165.

²⁸⁶ LIMA, Clarissa Costa de. O dever de informação nos contratos de crédito ao consumo em direito comparado francês e brasileiro: a sanção para a falta de informação dos juros remuneratórios. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 69, p. 9-31, jan / 2009. p. 5.

²⁸⁷ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: A Proteção do Consumidor em Direito Comparado Brasileiro e Francês*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 59-60.

²⁸⁸ GALLET, J. L. A proteção do consumidor na jurisprudência da Corte de Cassação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p. 13-30, maio-jun./2013. p. 14.

– que poderia fortalecer a imposição do dever de informar às instituições financeiras – é pouco utilizado para os contratos de crédito.

Em pesquisa de jurisprudência realizada no TJRS, uma decisão chama a atenção quando consigna: “É inegável que em contratos para utilização de cartão de crédito, o consumidor não necessariamente adere ao contrato de forma escrita. Assim, não há falar em aplicação do art. 46 do CDC”²⁸⁹.

Em outra decisão, mesmo invertendo o ônus da prova, determinando ao banco que juntasse ao processo o contrato, entendeu-se pela não aplicabilidade do artigo 46 do CDC, tendo em vista que “quanto ao cartão de crédito, inexistente contratação, já que a relação contratual se desenvolve pela adesão ao serviço oferecido, prática que não é incomum acontecer em instituições financeiras”²⁹⁰. Ou seja: reconhece que o consumidor não teve conhecimento prévio do contrato, mas respalda a prática ilegal do banco, e nega vigência ao artigo 46 do CDC (norma de ordem pública).

Outra decisão que merece atenção é a que refere: “Ante a ausência do instrumento firmado entre as partes, decorre a não comprovação ou a não pactuação de taxa de juros, vigorando a limitação do percentual de 12% ao ano, de acordo com a norma legal estatuída no art. 46 do CDC”²⁹¹. Todavia, o artigo 46 do CDC fala que as cláusulas contratuais não obrigam o consumidor. Dessa forma, o correto seria excluir a incidência dos juros e não limitá-los.

Em julgamento de apelação interposta em ação revisional de contrato de financiamento garantido com cláusula de alienação fiduciária, o TJRS aproximou-se mais das normas do CDC, mas ainda assim, mesmo com a ausência do contrato, fixou juros remuneratórios de acordo com a taxa média de mercado. Com relação aos demais encargos (capitalização, comissão de permanência, encargos moratórios), a decisão excluiu a obrigatoriedade do consumidor, em virtude de não ter sido juntado ao conjunto probatório dos autos.²⁹² Chama a atenção o fato de que, mesmo aproximando-se as estipulações do CDC, o

²⁸⁹ RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70054867940. Apelante: Henrique Fabre. Apelado: CETELEM Brasil S.A. Crédito Financiamento e Investimento. Relator: Altair de Lemos Junior. Porto Alegre, 31 jul 2013. DJ 05 ago. 2013.

²⁹⁰ RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento N. 70017134669. Agravante: Banco Santander Meridional S.A. Agravado: Valdir Ruviano. Relator: Pedro Celso Dal Prá. Porto Alegre, 03 out. 2006. DJ 11 out. 2006.

²⁹¹ RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70000350371. Apelante/apelado: Banco Bradesco S.A. Apelado/apelante: Marcelo Heberle Schossler. Relator: Cláudia Maria Hardt. Porto Alegre, 26 abr. 2001. DJ 16 maio 2001.

²⁹² RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70054073531. Apelante: Carine Antunes. Apelado: Banco Finasa S. A. Relator: Vanderlei Teresinha Tremeia Kubiak. Porto Alegre, 20 jun. 2013. DJ 26 jun. 2013.

artigo 46 do *codex* não foi fundamento utilizado nesta decisão.

No STJ, a situação é praticamente a mesma. Aliás, em 2006, quando o CDC já tinha 16 anos de existência, a Corte decidiu que o consumidor tem o dever de ‘se informar’ acerca dos encargos contratuais em contrato de abertura de crédito na modalidade “cheque especial”.²⁹³

Também a mesma Corte entende que, quando os juros não forem pactuados, deverá ser aplicada a taxa média de mercado, sob o fundamento de que o contrato de crédito é um contrato sabidamente oneroso.²⁹⁴ Quanto à temática, inclusive foi aprovada recentemente a Súmula 530 do STJ, que sacramentou esse entendimento, com o seguinte teor: “Nos contratos bancários, na impossibilidade de comprovar a taxa de juros efetivamente contratada – por ausência de pactuação ou pela falta de juntada do instrumento aos autos –, aplica-se a taxa média de mercado, divulgada pelo Bacen, praticada nas operações da mesma espécie, salvo se a taxa cobrada for mais vantajosa para o devedor”.²⁹⁶ À evidência, o artigo 46 não está sendo aplicado com relação aos juros dos contratos bancários. Em outras temáticas, o artigo 46 é aplicado, como por exemplo, em contratos de seguro de vida²⁹⁷, seguro residencial²⁹⁸, plano

²⁹³ Relação de consumo. Contrato de abertura de crédito. Juros Bancários. À míngua de contrato escrito, e tratando-se de relação jurídica resultante de um contrato de abertura de crédito, na modalidade 'cheque especial', são devidos os juros remuneratórios cobrados pela instituição financeira, salvo se forem abusivos - tudo porque antes de sacar o dinheiro por conta do crédito previamente autorizado o correntista tem a obrigação de se informar a respeito dos respectivos encargos, sabido que o empréstimo bancário é sempre oneroso. Agravo regimental não provido. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Agravo Interno N. 715289/RS. Agravante: Leandro Luis Pereira. Agravado: Itaú Unibanco S.A. Relator: Min. Ari Pargendler. Brasília, 10 out. 2006. DJ 27 nov. 2006).

²⁹⁴ AGRAVO REGIMENTAL - AÇÃO REVISIONAL - CONTRATO BANCÁRIO - RELAÇÃO DE CONSUMO - JUROS REMUNERATÓRIOS - AUSÊNCIA DE ESTIPULAÇÃO DA TAXA - LIMITAÇÃO À MÉDIA DE MERCADO - REPETIÇÃO DO INDÉBITO - FORMA SIMPLES - PROVA DO PAGAMENTO EM ERRO - DESNECESSIDADE - RECURSO IMPROVIDO. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Agravo N. 1420090/SC. Agravante: Banco de Crédito Nacional S.A. Agravado: Rafael Sidnei da Luz. Relator: Min. Massami Uyeda. Brasília, 25 out. 2011. DJe 09 nov. 2011.)

²⁹⁵ Agravos no recurso especial. Bancário. Ação revisional de contrato de cartão de crédito. Julgamento extra petita. Inexistência. Taxa de juros remuneratórios. Ausência de pactuação.

-Cabe ao julgador a interpretação lógico-sistemática do pedido formulado na petição inicial a partir de uma análise de todo o seu conteúdo.

-Ante a impossibilidade de se verificar o índice pactuado no contrato de cartão de crédito, a título de juros remuneratórios, deve incidir quanto a estes a taxa média de mercado.

-Agravos no recurso especial não providos. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental nos Embargos de Declaração no Recurso Especial N. 1198380/SC. Recorrente: Banco Citicard S.A. Recorrido: Eduardo Dutra da Silva. Relatora: Min. Nancy Andrighi. Brasília, 01 mar. 2012. DJe 09 mar. 2012.)

²⁹⁶ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Súmula 530. Brasília, 12 de maio de 2015. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/sumulas/toc.jsp?livre=@docn&tipo_visualizacao=RESUMO&menu=SIM>.

Acesso em: 02 dez. 2015.

²⁹⁷ O STJ entendeu que cláusula limitativa de cobertura não obrigava o segurado, vez que o documento que integra o contrato de seguro de vida não foi apresentado no momento da contratação. BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 1219406. Recorrente: Luciene Aparecida da Silva Oliveira e OUTRO. Recorrido: Real Seguros S/A. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Brasília, DF, 15 de fevereiro de 2011.

²⁹⁸ O TJRS considerou que descumpriu o dever de informar a seguradora que não informou acerca da não cobertura de eventos decorrentes de fenômenos da natureza. (RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça.

de saúde²⁹⁹ e telefonia³⁰⁰.

Posicionamento do STJ que se coaduna melhor com a norma consumerista é no sentido de entender que a capitalização de juros³⁰¹ e comissão de permanência³⁰² não obrigarão o consumidor quando não houver expressa pactuação.

Certamente, diante das normas do CDC, se a jurisprudência fosse mais rígida, poder-se-ia esperar uma política mais rigorosa às instituições financeiras na concessão do crédito. Todavia, como dito antes, a resistência das instituições financeiras ao cumprimento das normas protetivas do CDC é verificada ainda nos dias atuais, com um certo respaldo do Poder Judiciário³⁰³, que permite a cobrança dos juros mesmo quando não pactuados, ou quando o contrato não foi entregue ao consumidor. E, assim, o flagrante desrespeito às normas do CDC

Apelação Cível N. 70052151289. Apelante: Valdir Francisco Bolzan. Apelado: Mapfre Seguros. Relator: Sylvio José Costa da Silva Tavares. Porto Alegre, 19 nov. 2015. DJ 24 nov. 2015.).

²⁹⁹ Em contrato de plano de saúde, por desconhecimento de uma consumidora que o plano cobria apenas internação em determinado hospital, e não realização de exames. (RIO GRANDE DO SUL. Turmas Recursais. Recurso Cível N. 71002896611. Recorrente: Unimed Porto Alegre – Sociedade Cooperativa de Trabalho Médico Ltda. Recorrida: Carla Fabiana Wahlrich. Relator: Ricardo Torres Hermann. Porto Alegre, 12 maio 2011. DJ 18 maio 2011.).

³⁰⁰ Segundo o TJRS, a ré não provou que tenha cumprido o dever de informar de acordo com o artigo 46 do CDC, e desconstituiu a dívida do consumidor. (RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70033588468. Apelante: TIM Celular S.A. Apelado: Artesanato Las Vegas Ltda. Relator: Romeu Marques Ribeiro Filho. Porto Alegre, 17 mar. 2010. DJ 25 mar. 2010.)

³⁰¹ AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. CONTRATO BANCÁRIO. MÚTUO. ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA EM GARANTIA. AÇÃO REVISIONAL. DISPOSIÇÕES DE OFÍCIO. VEDAÇÃO. SÚMULA 381 DO STJ. CLÁUSULAS CONTRATUAIS. CAPITALIZAÇÃO MENSAL DE JUROS. AUSÊNCIA DE EXPRESSA PACTUAÇÃO. ABUSIVIDADE CARACTERIZADA. MORA AFASTADA.

1. Conforme jurisprudência assente desta Corte, não é possível a revisão, de ofício, de cláusulas contratuais consideradas abusivas (Súmula 381/STJ).

2. Somente é cabível a capitalização dos juros em periodicidade mensal para os contratos celebrados a partir de 31 de março de 2000, data da primitiva publicação da MP 2.170-36/2001, desde que expressamente pactuada.

3. Consoante entendimento pacificado da Segunda Seção, a cobrança de encargos indevidos importa na descaracterização da mora (Eresp 163.884/RS).

4. AGRAVO REGIMENTAL PARCIALMENTE PROVIDO. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 919189/RS. Recorrente: Banco Santander Banespa S.A. Recorrido: Marco Antônio de Moraes Aires. Relator: Min. Paulo de Tarso Sanseverino. Brasília, 22 fev. 2011. DJe 16 mar. 2011.)

³⁰² AGRAVO REGIMENTAL - AÇÃO REVISIONAL - ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA - COMISSÃO DE PERMANÊNCIA - AUSÊNCIA DE EXPRESSA PACTUAÇÃO - COBRANÇA - IMPOSSIBILIDADE - COBRANÇA DE TAXAS BANCÁRIAS - SÚMULA N. 284 DO STF - APLICAÇÃO - AGRAVO IMPROVIDO.

1. O aresto a quo afirmou que o contrato em discussão não prevê expressamente a incidência da comissão de permanência, razão pela qual deve ser mantida a proibição deste encargo.

2. A cobrança das taxas bancárias não está devidamente fundamentada no recurso especial.

3. Agravo regimental improvido. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1187421/RS. Recorrente: Banco Bradesco S.A. Recorrido: Humberto de Alencar Oliveira da Silveira. Relator: Min. Massami Uyeda. Brasília, 12 abr. 2011. DJe 28 abr. 2011.)

³⁰³ Exemplo é a aprovação da Súmula 381 do STJ, que refere: “Nos contratos bancários, é vedado ao julgador conhecer, de ofício, da abusividade das cláusulas.” (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Súmula 381. Brasília, 05 de maio de 2009. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/sumulas/toc.jsp?tipo_visualizacao=RESUMO&livre=%40docn&&b=SUMU&p=false&l=10&i=180>. Acesso em: 02 dez. 2015). Sobre o tema, veja: OLIVEIRA JUNIOR, José Alcebíades de; BORBA, Mauro. A proteção dos consumidores nas sociedades de mercado: novas reflexões sobre a impossibilidade de conhecimento de ofício, pelo juiz, de cláusulas nulas em contratos bancários. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 84, p. 129-147, out.-dez./2012.

pelas instituições financeiras, acaba sendo o “maior entrave à prevenção” do superendividamento.³⁰⁴

Falta imposição de sanção suficiente à instituição financeira em caso de descumprimento do dever de informar. Apesar da existência da previsão do artigo 46, ele não é específico aos contratos de crédito, o que pode ajudar para a timidez na sua aplicação nesses contratos pela jurisprudência.

Por fim, como terceiro momento, é de se analisar sobre o prazo de reflexão do consumidor para a decisão de contratar um crédito. Não há dúvidas que a possibilidade de reflexão possibilita uma decisão mais consciente e racional por parte do consumidor. Todo o consumo consciente exige tempo. Todavia, a cultura do “agora” domina a atualidade.³⁰⁵

O CDC traz em seu artigo 49³⁰⁶ o direito de arrependimento, consistente na possibilidade de o consumidor desistir do contrato em até sete dias após sua celebração. Todavia, atualmente, tal direito é limitado aos casos em que o contrato for realizado fora do estabelecimento comercial do fornecedor, como, por exemplo, os contratos de crédito firmados por telefone ou internet.³⁰⁷

Esse prazo de reflexão não se configura exatamente antes da formação do contrato, mas em momento posterior. Assim, o prazo de reflexão posterior elastece no tempo a constituição da vontade. Lima esclarece:

se trata de uma técnica que rompe com a concepção tradicional do caráter instantâneo da troca de consentimentos, escalonando no tempo os elementos constitutivos da vontade das partes. Enquanto o profissional está ligado a uma oferta irrevogável durante o prazo de validade estabelecido pelo legislador, o consumidor, ao contrário, dispõe de um período de retratação que torna precário o consentimento emitido no momento da celebração do contrato.³⁰⁸

Considera-se, pois, que esse momento de reflexão se dá quando o contrato ainda não

³⁰⁴ PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 181.

³⁰⁵ Bauman reflete: “Que todo consumo exige tempo é na verdade a perdição da sociedade de consumo — e uma preocupação maior dos que negociam com bens de consumo. Há uma ressonância natural entre a carreira espetacular do “agora”, ocasionada pela tecnologia compressora do tempo, e a lógica da economia orientada para o consumidor. No que diz respeito a esta lógica, a satisfação do consumidor deveria ser instantânea e isso num duplo sentido.” BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999. p. 89.

³⁰⁶ Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

³⁰⁷ PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 168.

³⁰⁸ LIMA, Clarissa Costa. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./2010. p. 9.

foi completamente acabado, ela integra o processo de formação do contrato de crédito.³⁰⁹ O consumidor precisa amadurecer o seu consentimento, por isso a formação do contrato é escalonada.³¹⁰

Em direito comparado, a legislação francesa, no artigo L. 311-1218 do *Code de la Consommation*, estabelece o direito de retratação do consumidor de crédito, com o prazo de 14 dias. A aplicação do prazo é dividida em dois momentos: nos 7 primeiros dias qualquer pagamento é vedado, sob pena de multa a ser imposta ao fornecedor (artigo L. 311-14) e nos últimos 7 dias o pagamento é autorizado, devendo o consumidor que se retratar devolver os valores recebidos.³¹¹

O *Code de la Consommation* impõe prazo de 15 para a manutenção da oferta, e mais 14 dias para o prazo de reflexão. Ao todo, são 29 dias. Todavia, esse prazo não é obrigatório. Os fornecedores podem reduzi-lo se obtiverem a assinatura de aceitação da oferta pelo consumidor no dia de sua formulação. Suprimidos os 15 dias da oferta, o consumidor contará com o prazo de 14 dias do prazo de reflexão.³¹²

Como visto, com essa tripla proteção – publicidade, oferta e prazo de reflexão – é possível avançar na proteção do consumidor nos contratos de crédito, alcançando uma decisão racional e refletida e assim mais segura.

Todavia, do que foi estudado, é possível constatar que, no corpo normativo do CDC, há regras que impõem um formalismo informativo e capazes de proteger o consentimento refletido dos consumidores nos contratos de crédito, mas que não estão sendo suficientes a proteger efetivamente o consumidor de crédito, havendo a necessidade de sua aplicação mais rigorosa, para se conferir proteção adequada e efetiva.

³⁰⁹ Marques, tratando da eficácia do direito de arrependimento, salienta que pode se tratar de uma “condição resolutiva tácita ou legal” do contrato. MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 915.

³¹⁰ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. O direito do consumidor endividado e a técnica do prazo de reflexão. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 258-272, jul.-set./2002. p. 6.

³¹¹ Algumas hipóteses especiais foram previstas: se o credor solicitar (por escrito de próprio punho) a entrega imediata, o prazo será reduzido para três dias e expira na data da entrega (artigo L. 311-35); se o caso for de venda a domicílio, o prazo será de 14 dias independente da data da entrega; se o contrato for de prazo menor que três meses, não há direito de retratação (artigo L. 311-42). (BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Direito de Arrependimento do Consumidor de Crédito Evolução no Direito Comparado e Oportunidade/Conveniência da Regulamentação nos Contratos de Crédito Consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 81, p. 261-287, jan.-mar./2012. p. 6.)

³¹² BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Direito de Arrependimento do Consumidor de Crédito Evolução no Direito Comparado e Oportunidade/Conveniência da Regulamentação nos Contratos de Crédito Consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 81, p. 261-287, jan.-mar./2012. p. 6.

3.3 A dimensão do dever de informar das instituições financeiras nos contratos de crédito

Além dos dispositivos analisados, resta buscar no ordenamento jurídico brasileiro outros instrumentos de imposição do dever de informação ao fornecedor nos contratos de crédito. O foco deste trabalho é a prevenção, na esteira do entendimento de Marques, para quem “prevenir o superendividamento ainda é a melhor solução”.³¹³ Assim, trata-se da fase pré-contratual do contrato de crédito, na qual, incidem – como visto anteriormente – os deveres de informar impostos pelo CDC, bem como os deveres decorrentes do princípio da boa-fé objetiva.³¹⁴

Não é de se olvidar, pois, que, estando diante de contratos de crédito, toda análise deve partir de uma premissa (já tratada anteriormente): a sua complexidade. Como referido, é justamente a complexidade uma forte característica dos contratos de crédito, e, nesse sentido, a vulnerabilidade técnica dos consumidores se acentua.

Ainda, também não se pode olvidar que a democratização do crédito acarretou o acesso das classes mais baixas à sociedade de consumo. Apesar de o acesso ao consumo ser um fator positivo, a falta de instrução muitas vezes agrava o risco nesses contratos.³¹⁵

Dessa forma, a análise do cumprimento do dever de informar nesses contratos deve levar em consideração tais circunstâncias. Note-se, com base no entendimento de Ossola e Vallespinos, que para comunicar o emissor deve se valer de uma linguagem que possa ser compreendida pelo receptor, deve adotar o ponto de vista do “outro” e levar em consideração suas condições de vida.³¹⁶ Para Lisboa, a informação deve ser capaz de causar uma mudança intelectual em quem a recebe, e esse fato é circunstancial, pois depende de dois aspectos: “o poder e convencimento do declarante e o grau de discernimento do confiante”.³¹⁷ Barbosa, quanto à informação, salienta que “quanto mais difícil for sua obtenção e mais especializado

³¹³ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 8.

³¹⁴ Veja em Marques: “Sobre o tema há que se mencionar que o dever de informar já é visualizado na fase pré-contratual, fase de tratativas entre o consumidor e o fornecedor, quando o consumidor escolhe, de forma livre, racional e informada (art. 6.º, III, do CDC)”. (MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 215-257, jul./2002. p. 14.)

³¹⁵ FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 227-242, abr.-jun./2010. p. 235.

³¹⁶ OSSOLA, Frederico; VALLESPINOS, Gustavo. *La obligación de informar*. Córdoba: Advocatus, 2001. p. 44.

³¹⁷ LISBOA, Roberto Senise. *Confiança Contratual*. São Paulo: Atlas, 2012. p. 164.

seu conteúdo, tanto maior vai ser dever de informar do emissor”³¹⁸.

Marques ensina: “in-forma-r é dar forma, colocar em uma forma, texto, figura, fórmula ou mensagem (oral ou escrita), que o outro entenda ou possa entender”³¹⁹. Também nesse sentido, Martins, para quem a informação deve acarretar o “estado de consciência sobre fatos ou dados recebidos” da pessoa que a recebe.³²⁰ Em suma, significa que conhecer não é compreender, o consumidor pode ter conhecido e não ter compreendido a informação, de modo que só é eficiente a informação conhecida e compreendida.³²¹

Diante dessas definições, conclui-se que não basta passar a informação: ela deve ser realmente absorvida e compreendida pela pessoa que recebe. Para bem informar (e, assim, cumprir o seu dever), a instituição financeira deve levar em consideração que a complexidade do serviço que presta torna necessário um grau de informação mais elevado, que permita o real entendimento pelo consumidor. Em suma, ao fornecedor incumbe prover os meios para que a informação seja conhecida e compreendida.³²²

Para tanto, é de se refletir como será possível chegar a esse grau de informação mais forte no contrato de crédito. A análise passa, primeiramente, pelo exame de qual informação é exigida para o cumprimento do dever de informar em seu aspecto geral. Lobo esclarece que o dever de informar é cumprido quando a informação dada ao consumidor é adequada, suficiente e verdadeira. Os requisitos devem estar interligados, ou seja, a ausência de qualquer deles importa descumprimento do dever de informar.³²³

À vista desse entendimento, os requisitos para o cumprimento dever de informar são o fornecimento de informação adequada, suficiente e verdadeira. Pois bem, no que se refere aos contratos de crédito, é de se averiguar o que se entende por informação adequada, suficiente e verdadeira.

³¹⁸ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 113.

³¹⁹ MARQUES, Claudia Lima. Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 95, p. 99-145, set.-out./2014. p. 3.

³²⁰ MARTINS, Fernando Rodrigues. Sociedade da informação e promoção à pessoa. Empoderamento humano na concretude de novos direitos fundamentais. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 96, p. 225-257, nov.-dez./2014. p. 12.

³²¹ LÔBO, Paulo Luiz Netto. Deveres gerais de conduta nas obrigações civis. *Revista Jus Navigandi*, Teresina, ano 10, n. 711, 16 jun. 2005. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/6903>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

³²² Esclarece o autor que “a cognoscibilidade abrange não apenas o conhecimento (poder conhecer) mas a compreensão (poder compreender). Conhecer e compreender não se confundem com aceitar e consentir.” (LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595-614, abr./2011. p. 13.)

³²³ LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595-614, abr./2011. p. 8.

A informação verdadeira (verdadeira = em que há verdade; real³²⁴) é a que corresponde à realidade, não ilude ou induz em erro o consumidor, passa “dados corretos acerca de composição, conteúdo, preço, prazos, garantias e riscos”.³²⁵

A informação suficiente (suficiente = que satisfaz, bastante; capaz, hábil; o que basta³²⁶) deve ser a completa, integral e bastante – na medida certa – para que o consumidor alcance o discernimento ideal para firmar o contrato.³²⁷

O problema, aliás, pode ser o excesso de informação, que acaba por confundir o consumidor que, diante de tantos dados, pode atentar a questões desimportantes, deixando as relevantes de lado. Dessa forma, informação há, todavia não é acompanhada da clareza necessária e indispensável.³²⁸ Ao informar em excesso, o fornecedor poderá estar desinformando o consumidor.³²⁹ Nesse sentido, Nery Jr. observa que “existe um limite de apreensibilidade de conteúdo informativo pela mente humana, fora do que fica difícil discernir de que se trata”.³³⁰

Assim, a “distância informativa”, por vezes, pode ser reduzida de modo aparente apenas. Por isso, deve-se diferenciar o que realmente importa informar e o que é apenas dado ineficaz, que superficialmente leva a crer em um “cumprimento” do dever de informar, mas não serve para colocar as partes em igualdade na relação. Nesse sentido, Lorenzetti salienta que a informação deve ser pertinente.³³¹

A informação adequada (do adjetivo de adequar, que significa apropriada, adaptada³³²) deve ser adequada ao caso, adaptada às condições subjetivas do consumidor, apropriada às suas circunstâncias. O próprio artigo 6º, III, do CDC, que trata do direito básico à informação

³²⁴ FERREIRA, Marina Baird; ANJOS, Margarida dos (coord.) *Minidicionário Aurélio da língua Portuguesa*. 3.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993. p. 563.

³²⁵ LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595-614, abr./2011. p. 10.

³²⁶ FERREIRA, Marina Baird; ANJOS, Margarida dos (coord.) *Minidicionário Aurélio da língua Portuguesa*. 3.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993. p. 517.

³²⁷ LÔBO, Paulo Luiz Netto. Deveres gerais de conduta nas obrigações civis. *Revista Jus Navigandi*, Teresina, ano 10, n. 711, 16 jun. 2005. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/6903>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

³²⁸ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 161.

³²⁹ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 59.

³³⁰ NERY JUNIOR, Nelson. Ações de indenização fundadas no uso do tabaco. Responsabilidade civil pelo fato do produto: julgamento antecipado da lide. Ônus da prova e cerceamento de defesa. Responsabilidade civil e seus critérios de imputação. Autonomia privada e dever de informar. Autonomia privada e risco social. Situações de agravamento voluntário do risco. In: LOPEZ, Teresa Ancona. (coord.) *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente – o paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 375-418.

³³¹ LORENZETTI, Ricardo Luiz. *Consumidores*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2003. p. 168-169.

³³² FERREIRA, Marina Baird; ANJOS, Margarida dos (coord.) *Minidicionário Aurélio da língua Portuguesa*. 3.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993. p. 11.

do consumidor, fala em “informação adequada”.

Nery Jr. esclarece que “a adequabilidade da informação depende do tipo de contrato de consumo, do nível econômico, social e intelectual do consumidor e demais fatores peculiares ao negócio”.³³³

Assim, é de se refletir acerca de qual é a informação adequada para o contrato de crédito.

Martins-Costa usa a expressão ‘medida de relevância’ da informação para explicar que “nem sempre o dever de informação se apresenta com a mesma intensidade”. Deve-se avaliar, pois, qual informação é realmente adequada, pertinente e necessária.³³⁴

Já se analisou que o dever de informar tem graduações, sendo no direito do consumidor um dever mais forte. Todavia, mesmo nas relações de consumo, o dever de informar, em seu alto nível, poderá ter diferentes graus, conforme a situação, podendo “ser apenas um esclarecer, passando para um aconselhar ou mesmo um advertir”.³³⁵ Entende-se, pois, em razão da alta complexidade dos contratos de crédito, que o dever de informação ganha dimensões mais profundas em tal relação de consumo.

É dizer: sabe-se que o consumidor tem o direito básico à informação (artigo 6º, III, do CDC), todavia a forma como esse dever será prestado e seu real alcance será diferente. A informação adequada será, diante do contrato de crédito, mais detalhada, havendo “um dever de informar qualificado”, denominado por Marques como “dever de transparência”.³³⁶

Nesse sentido, o dever de informar das instituições financeiras nos contratos de crédito pode ser desmembrado em diferentes níveis³³⁷: dever de esclarecimento³³⁸, dever de advertência³³⁹ e dever de aconselhamento³⁴⁰. Lima refere que, na França, os deveres de

³³³ GRINOVER, Ada Pellegrini [et al.]. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor : comentado pelos autores do Anteprojeto*. 9.ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 2007. p.624.

³³⁴ MARTINS-COSTA, Judith. Ação indenizatória. Dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo. In: LOPEZ, Teresa Ancona. (coord.) *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente – o paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 277-318.

³³⁵ BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 115.

³³⁶ MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 215-257, jul./2002. p. 14.

³³⁷ LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevich. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 17.

³³⁸ LISBOA, Roberto Senise. *Confiança Contratual*. São Paulo: Atlas, 2012. p.164.

³³⁹ TOMASETTI JUNIOR, Alcides. O objetivo de transparência e o regime jurídico dos deveres e riscos de informação nas declarações negociais para consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 4, p. 52, out/1992.

³⁴⁰ Sobre a informação nos serviços bancários, salienta MARQUES: “(...) a doutrina estrangeira visualiza dois tipos de deveres de informação, o primeiro denominado dever de “conselho” ou aconselhamento, e o segundo dever de esclarecimento simples”. MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de*

informar ganham maior desenvolvimento, tanto na doutrina, quanto na jurisprudência.³⁴¹ A partir desse momento, frente aos ensinamentos de Lima, serão analisados tais níveis, procurando enquadrá-los ao ordenamento jurídico brasileiro.

O dever de esclarecer se refere à obrigação do fornecedor de crédito de suprir as dúvidas do consumidor, assim como de informar as condições essenciais do contrato de modo claro e preciso (exemplo: nome das partes, endereço, valor contratado, valor total a ser pago, montante dos encargos, etc).³⁴² É o dever de disponibilizar ao consumidor o conhecimento considerado indispensável para a realização de determinado contrato.³⁴³

O esclarecimento é a informação *stricto sensu*, ou seja, é a informação que deve ser transmitida ao consumidor, de forma a ser compreendida por ele. Exige-se um dever de esclarecimento das instituições financeiras, que consiste “na conduta que conduza efetivamente os consumidores a quem se destina a informação que compreendam adequadamente seu conteúdo”, ou seja, não basta o mero repasse da informação, a informação deve ser clara e precisa.³⁴⁴

Trata-se, pois, de um viés objetivo do dever de informar, cujo conteúdo é determinado pela informação a ser transmitida, a exemplo das informações elencadas no artigo 52 do CDC, e pela efetiva transmissão da informação.³⁴⁵ Todavia, não é bastante que as informações sejam postas nas cláusulas contratuais, ao consumidor deve ser dada a oportunidade de compreendê-las efetivamente. Deve-se, nesse sentido, avaliar as qualidades pessoais do consumidor, levando em conta eventuais dificuldades cognitivas.³⁴⁶

Lembre-se dos casos antes mencionados, por exemplo de consumidores hipervulneráveis, como idosos³⁴⁷ e analfabetos³⁴⁸ ante à contratação de crédito.

Direito do Consumidor, vol. 43, p. 215-257, jul./2002. p. 15.

³⁴¹ LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 17.

³⁴² PERES, Fabiana Pietros. *Novos deveres das Instituições Financeiras na Prevenção do Superendividamento*. 2013. 84 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. p. 67.

³⁴³ LISBOA, Roberto Senise. *Confiança Contratual*. São Paulo: Atlas, 2012. p. 162-163.

³⁴⁴ MIRAGEM, Bruno. Tendências da responsabilidade das instituições financeiras por danos ao consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p. 51-90, maio/2013. p. 15.

³⁴⁵ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 199.

³⁴⁶ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 71.

³⁴⁷ SCHMITT, Cristiano Heineck. A 'hipervulnerabilidade' do consumidor idoso. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 70, p. 139-171, abr.-jun./2009. p. 141.

³⁴⁸ MARQUES, Claudia Lima. O “diálogo das fontes” como método da nova teoria geral do direito: um tributo a Erik Jayme. In: MARQUES, Claudia Lima. (Coord.). *Diálogo das fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 50.

Ainda, pesquisa realizada pelo Observatório do Crédito e Superendividamento do Consumidor da UFRGS demonstrou que 49,2% dos consumidores superendividados ganha de 1 a 2 salários mínimos mensais, e 13,5% auferem menos de 1 salário mínimo. Somente 0,9% destes consumidores ganha mais de 10 salários por mês, e apenas 0,3% ganha mais de 20 salários mensais. Conclui-se, portanto, que são pessoas consideradas pobres, classes C e D, e presumidamente de baixa instrução.³⁴⁹ Nesse sentido, a informação transmitida a um consumidor com baixa escolaridade e a informação prestada a um consumidor com terceiro grau completo, por exemplo, deverá ser diferente.

Nesses casos, a informação passada pelo fornecedor, para ser adequada, deve necessariamente ser possível de ser compreendida por esses consumidores em situação especial, ou seja, muito mais detalhada, explicada, deve ser didática, repetida, com termos simplificados, até que seja efetivamente compreendida.³⁵⁰

Em direito comparado, também analisou-se que a França, no *Code de la Consommation*, impõe dever de esclarecimentos, com um alto grau de formalismo, na exigência de oferta escrita ao consumidor com todas as condições da contratação (identidade das partes, dos avalistas, o montante do crédito e as frações periodicamente disponíveis, a natureza, o objeto e as modalidades do contrato, as condições de seguro, o custo total do crédito, as despesas de dossiês e das prestações, bem como o prazo de reflexão).³⁵¹

No direito brasileiro, o artigo 52 do CDC impõe um dever de esclarecimentos acerca das condições da contratação. Ainda, o §3º do artigo 54, que exige fonte mínima tamanho 12 para as cláusulas em contratos de adesão.

O dever de advertência impõe ao banco o dever de alertar o consumidor sobre os perigos do crédito, deixando claro que implicará em uma redução de longo prazo em seus rendimentos. Segundo o STJ, a informação-advertência relaciona-se aos riscos do serviço ou do produto.³⁵² Baseia-se no fato de que esse fornecedor possui amplo conhecimento sobre o contrato de crédito, todos os encargos que incidem, e suas consequências.

³⁴⁹ MARQUES, Claudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Dados preliminares da pesquisa empírica sobre o perfil dos consumidores superendividados da Comarca de Porto Alegre (2007 a 2012) e o "Observatório do Crédito e Superendividamento UFRGS-MJ". *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 99, p. 411-436, maio-jun./2015. p. 5.

³⁵⁰ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 71.

³⁵¹ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 58.

³⁵² BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 586316. Recorrente: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Recorrido: ABIA – Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação. Relator: Min. Herman Benjamin. Brasília, 04 jun. 2013. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/doc.jsp?livre=586316&&b=ACOR&p=true&t=&l=10&i=9>>. Acesso em: 02 jun. 2013.

Nesse sentido, deve o fornecedor de crédito alertar sobre o impacto que a obrigação de pagamento causará no seu orçamento. Sendo assim, “o conteúdo deste dever acessório está diretamente relacionado à informação das potenciais consequências da contratação”³⁵³, sendo uma obrigação do fornecedor informar ao consumidor, antes da contratação, que existem potenciais consequências negativas, quais são estas possíveis consequências, e que o consumidor deve considerá-las antes de optar por concluir ou não concluir a transação.

Pode-se dizer, pois, que o dever de advertência vai além do dever de esclarecimento (informação *stricto sensu*). Depois de passar as informações, a advertência consiste em chamar a atenção do consumidor sobre os riscos da operação, fazer com que ele tome consciência sobre a importância e impacto da contratação. Exemplo seria o destaque de cláusulas importantes e mais perigosas, como por exemplo, as que impõem algum comportamento determinado do mutuário, sob pena de perda de determinado direito ou pagamento de multas.³⁵⁴

Ainda que o CDC não diferencie as dimensões da informação, pode-se identificar um dever de advertência na previsão do artigo 54, §4º, do CDC, que impõe destaque das cláusulas restritivas de direito do consumidor.³⁵⁵ O consumidor precisa ter conhecimento e ser alertado sobre as obrigações que está assumindo, “pois não destacar as cláusulas é não informar corretamente, o que coloca o fornecedor em violação contratual”³⁵⁶.

Outro exemplo seria a advertência com relação ao comprometimento da renda do consumidor, alertando que a parcela, juntamente com outras despesas correntes do consumidor, como aluguel, água, luz, medicamentos e outras, não pode exceder 70% de sua renda.³⁵⁷ Ainda como exemplo, a informação ao consumidor sobre as consequências específicas do pagamento do valor mínimo mensal da fatura do cartão de crédito, incluindo informações acerca do prazo que levará para quitar a dívida se efetuar o pagamento mínimo

³⁵³ SILVA NETO, Orlando Celso da. 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, v. 98, p. 15-35, mar.-abr./2015. p. 8.

³⁵⁴ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 85.

³⁵⁵ Veja, nesse sentido, o STJ, sobre a necessidade de destaque das cláusulas limitativas de direito em contratos de seguro: “As informações prestadas ao consumidor devem ser claras e precisas, de modo a possibilitar a liberdade de escolha na contratação de produtos e serviços. Ademais, na linha do art. 54, §4º da Lei n. 8.078/90, devem ser redigidas em destaque as cláusulas que importem em exclusão ou restrição de direitos.”. BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 485760. Recorrente: Alberto Silva Ayrosa. Recorrido: HSBC Seguros Brasil S/A. Relator: Ministro Sálvio de Figueiredo Teixeira. Brasília, DF, 17 de junho de 2003. DJ 1 mar. 2014.

³⁵⁶ MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 43, jul/2002. p.15.

³⁵⁷ SILVA NETO, Orlando Celso da. 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*, vol. 98, p. 15-35, mar - abr/ 2015. p.9.

frequentemente, bem como a qual valor pode chegar.³⁵⁸

Em suma, através do dever de advertência, incentiva-se o consumidor a refletir sobre aquela operação, avaliando os riscos, que serão alertados pelo fornecedor.

O dever de aconselhar abrange uma sugestão, um parecer de quem oferece o crédito ao consumidor que o busca. Então, além de passar todos os detalhes da contratação (esclarecimento), e alertar sobre os riscos (advertência), deve exarar uma sugestão pessoal ou parecer levando em consideração a situação concreta do consumidor.³⁵⁹

Isso porque as informações neutras e objetivas não são suficientes para que o fornecedor de crédito cumpra com o seu dever de informar. A complexidade da contratação, o grau de confiança e o risco que envolve o crédito exigem um dever de conselho desse profissional. Assim, o profissional deve, primeiro, explicar o conteúdo do contrato ao consumidor, fazendo que ele compreenda e, segundo, aconselhar seu cliente levando em consideração suas condições concretas. Além disso, no desenvolvimento desse dever na França, o dever de conselho se relaciona à avaliação da situação financeira do consumidor e sua capacidade de reembolso.³⁶⁰

A ideia é a personalização da informação, e, nesse intento, caberá ao fornecedor olhar o consumidor na sua particularidade, observar “não as características do homem-médio, mas daquele consumidor determinado, transmitindo a ele, de forma simples e compreensível, os riscos e as variáveis que envolvem a operação de crédito ao consumo”³⁶¹.

Nesse sentido, Oliveira, em estudo que aborda a análise comportamental do consumidor frente a situações de superendividamento, refere que a oferta da informação deve ser individualizada e tempestiva à decisão de tomada do crédito. Deve-se, por exemplo, averiguar os hábitos anteriores do consumidor, e lembrá-lo de suas experiências passadas quanto ao crédito.³⁶²

Deverão ser observadas as características subjetivas do cliente. Por certo, um grande empresário, acompanhado de seus advogados, não precisará do aconselhamento que precisa um consumidor com baixa escolaridade. Assim, deve o “profissional estimar as necessidades

³⁵⁸ OLIVEIRA, Amanda Flávio de; CASTRO, Bruno Braz de. Proteção do Consumidor de Crédito: uma abordagem a partir da economia comportamental. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 93, p. 231 – 249, Mai - Jun/2014. p.7.

³⁵⁹ LISBOA, Roberto Senise. *Confiança Contratual*. São Paulo: Atlas, 2012. p. 162-163.

³⁶⁰ LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 72.

³⁶¹ CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 55, p. 120-148, Jul-Set/2005. p.15.

³⁶² OLIVEIRA, Amanda Flávio de; CASTRO, Bruno Braz de. Proteção do Consumidor de Crédito: uma abordagem a partir da economia comportamental. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 93, p. 231 – 249, Mai - Jun/2014. p.7.

de informação de cada consumidor com quem contrata”³⁶³.

Além disso, a aproximação entre instituição financeira e consumidor, em uma relação cativa, intensifica a confiança depositada, e também é fator que deve ser levado em consideração na averiguação do dever de conselho. A prática frequente da novação é um exemplo, em que são firmados sucessivos contratos, exigindo uma conduta mais cuidadosa do fornecedor.

Outra constatação é o resultado de um projeto realizado na Comarca de Sapiranga, no Rio Grande do Sul, que identificou que em 16% dos casos de superendividamento, o crédito foi fornecido quando o devedor já estava cadastrado em rol de inadimplentes.³⁶⁴ Essa prática contraria o ideal de informação existente nos contratos de crédito, bem como os ditames da boa-fé objetiva.

A jurisprudência francesa divergiu sobre a incidência do dever de conselho aos contratos de crédito. A Câmara Comercial da Corte de Cassação firmou posicionamento no sentido de que inexistente um dever de conselho do concedente do crédito em relação ao cliente. Por sua vez, a Câmara Civil da Corte de Cassação reconheceu a responsabilidade do banco em diversos julgados, por descumprimento do dever de conselho. A primeira decisão nesse sentido data de 08 de junho de 1994.³⁶⁵ Todavia, em 2005, a mesma Câmara voltou a negar a responsabilidade do banco pelo descumprimento do dever de conselho, sob o fundamento de que o banco não detinha informações sobre o risco da operação e sobre a capacidade de pagamento do mutuário. Nesse mesmo ano, a 1ª Câmara Civil da Corte de Cassação reuniu-se de forma plenária para julgar quatro casos envolvendo o tema. Do resultado dos julgamentos, extrai-se o propósito da Corte de Cassação de analisar casuisticamente se o banco tem ou não dever de conselho. São determinantes as condições pessoais do mutuário, conforme se trate de pessoa informada ou de um leigo.³⁶⁶ Aliás, o sistema francês avançou e hoje o *Code de la Consommation* positivou, no artigo 331-7, deve ser considerado o conhecimento que poderia

³⁶³ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 72.

³⁶⁴ Relatório do caso-referência da Comarca de Sapiranga, referente a 254 atendimentos feitos a superendividados, no período de novembro de 2007 a dezembro de 2013. (BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Tratamento do superendividamento no Poder Judiciário: análise de caso-referência (Comarca de Sapiranga). *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 97, p. 303-317, jan.-fev./2015. p. 9.

³⁶⁵ Caso julgado pela 1ª Câmara da Corte de Cassação: Trata-se de caso de concessão de crédito a um agricultor para financiar um trator, que não precisava (pois ele possuía outro) e que levaria o cliente à ruína, pois os valores anuais de reembolso excediam seus rendimentos. Entendeu-se que a fornecedor agiu de forma irresponsável e contribuiu para o prejuízo da instituição ocasionado pelo não pagamento do empréstimo. LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 75.

³⁶⁶ Para uma análise minuciosa desses julgados, ver: LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 73-78.

ter o credor quando da celebração do contrato, e se o contrato foi firmado com os rigores que impõem os usos profissionais.³⁶⁷

No direito brasileiro, entende-se que a imposição de um dever de conselho, assim como de esclarecimento e advertência, pode ser melhor fundamentada na boa-fé objetiva, que através de seus deveres anexos, poderá dar essa dimensão mais profunda do dever de informar.

Tais deveres anexos poderão dimensionar dever de informar e, como ressalta Marques, serão revelados na “fotografia” da relação contratual, ou seja, na análise do caso concreto:

informar, cooperar, cuidar com o outro, e não só prestar... Aqui, está, pois, a função primeira e mais complexa da boa-fé, que valora o grau de informação, de transparência, de lealdade nas condutas e cláusulas dos bancos, das seguradoras, das administradoras, das financeiras e operadoras, de forma a visualizar/fotografar que relação jurídica é essa, complexa, conexa, principal ou acessória visando o consumo e se as exigências dessa boa-fé foram ou podem ser cumpridas.³⁶⁸

Miragem observa que o princípio da boa-fé incide nos contratos bancários “para dar origem a deveres de informação que expressam o dever de lealdade contratual”, o que envolve informações pré-contratuais sobre a natureza do serviço contratado e sobre os riscos que envolvem, vantagens esperadas e condições de contratação.³⁶⁹

Paisant refere que decorre da boa-fé o dever de a instituição financeira avaliar a possibilidade de pagamento do consumidor que busca o crédito, bem como passar informações adequadas a esse consumidor “para que pueda evaluar si el crédito considerado se ajusta a sus necesidades y a su situación financeira concreta”³⁷⁰.

Segundo Lima, se justifica melhor em deveres oriundos da boa-fé a responsabilidade do profissional pela concessão de crédito em desproporção à capacidade de pagamento do consumidor.³⁷¹

De fato, os deveres oriundos da boa-fé devem orientar a conduta do profissional no momento de conceder um crédito.

Na jurisprudência brasileira, são encontrados alguns casos a exigir conduta

³⁶⁷ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 83.

³⁶⁸ MARQUES, Claudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 215-257, jul./2002. p. 7.

³⁶⁹ MIRAGEM, Bruno. Tendências da responsabilidade das instituições financeiras por danos ao consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p. 51-91, maio/2013. p. 16.

³⁷⁰ PAISANT, Gilles. Buena fe, crédito y sobreendeudamiento: el caso francés. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 195-204, jul.-ago./2015. p. 4.

³⁷¹ Para uma análise minuciosa desses julgados, ver: LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 79-80.

responsável nos parâmetros ora analisados. Exemplo é a sentença exarada em “Ação anulatória de empréstimo consignado” julgada procedente, que exaltou o dever de informar do réu, como determinante da obrigação do banco de avaliar as condições financeiras do consumidor antes de oferecer o empréstimo. Em resumo, as partes haviam firmado diversos contratos com o banco, e um deles com empréstimo consignado que ultrapassava a margem de 30% estabelecida pelo art. 2.º § 2.º do Dec. 4.840/2003. O banco contestou a ação e um argumento principal chama a atenção: deve prevalecer o princípio da liberdade de contratar e da obrigatoriedade do cumprimento dos contratos (em 25 anos do CDC, as instituições financeiras continuam com essa alegação!). A magistrada, verificou que quando realizou o empréstimo consignado a autora já possuía outros contratos com o mesmo banco, e sua prestação mensal ultrapassaria os R\$850,00 mensais (sua renda bruta mensal era em torno de R\$1.800,00). Aliás, a magistrada consignou que o banco – antes de conceder tal empréstimo – inclusive já havia negativado o nome da autora. Segue trecho da sentença, de grande valia ao presente estudo:

Nesse contexto, engana-se o banco demandado ao afirmar que cumpriu com a sua obrigação quando disponibilizou ao consumidor o valor pretendido. O legislador brasileiro estabeleceu vários outros deveres anexos à prestação principal e que decorrem da boa fé objetiva visando, justamente, garantir um consentimento racional e refletido do consumidor.(...)

Para assegurar ao consumidor uma tomada de decisão com pleno conhecimento de causa, no caso dos contratos de crédito, é necessário que o profissional forneça informações adequadas sobre as condições e o custo do crédito, bem como sobre as suas obrigações antes da celebração do contrato, conforme o disposto no art. 52 do CDC.(...)

Esse dever de informar compreende não somente aquelas informações ou dados de caráter objetivo como a taxa anual e mensal de juros, número de parcelas, data dos reembolsos, como também abrangem aquelas de caráter subjetivo que estão ligadas à avaliação da capacidade de reembolso do consumidor.(...)

No caso da autora, professora municipal, cujo vencimento bruto¹¹ corresponde a R\$ 1.899,00, as consignações facultativas não poderiam ultrapassar R\$ 569,70. Logo, somente o desconto relativo ao empréstimo consignado no valor de R\$ 600,00 já ultrapassa o limite que seria razoável, restando à autora o valor líquido de R\$ 483,00 para o pagamento das despesas de sobrevivência (água, luz, telefone, alimentação, transporte) e dos demais contratos de financiamento celebrados com o banco!

Merece destaque o fato de que o banco demandado tinha conhecimento do comprometimento financeiro da autora, pois todos os contratos de crédito foram consigo celebrados. O próprio banco já havia registrado o nome da autora em fevereiro de 2006.(...)

Portanto, entre o interesse do banco em manter a forma de pagamento ajustada para reduzir o risco de inadimplência e o interesse da autora superendividada em sobreviver dignamente, dispondo de seu salário mensal, escolho o último em respeito à Carta Maior.”³⁷²

³⁷² SAPUCAIA DO SUL. 2ª Vara Cível. Processo N. 035/1.06.0009116-9. Autora: Maria Salete Hoffschneider Correa. Réu: Banco Santander Meridional S.A. Julgador: Clarissa Costa de Lima. Sapucaia do Sul, 31 ago. 2007. DJ 14 set. 2007.

Infelizmente, o TJRS em uma decisão monocrática³⁷³ com três parágrafos desconstituiu a sentença em grau de apelo, sem sequer analisar os ricos argumentos trazidos pelo julgador de primeiro grau, nem tampouco as peculiaridades da situação concreta. O fundamento para o provimento do apelo foi simplesmente o de que “é inviável o cancelamento unilateral do desconto em folha de pagamento”, pois a cláusula que prevê, em contratos de empréstimo, o desconto em folha de pagamento, não encerra qualquer abusividade. Essa decisão transitou em julgado.

Em decisão exemplar, o TJRS condenou a instituição financeira a reparar os danos causados ao consumidor pela concessão de crédito irresponsável.³⁷⁴ Consignou que a “instituição bancária que concede crédito sem averiguação da capacidade econômica do consumidor contrata sob a égide da temeridade ou alto risco, devendo arcar com os prejuízos daí resultantes”. E ainda

O Estado-Juiz tem a responsabilidade de dar os parâmetros para as contratações, no sentido de apresentar limitações ao direito de contratar das instituições bancárias, que devem ser responsabilizadas na medida de sua conduta imprudente de propor crédito com tantas facilidades, colocando em risco a própria perfectibilização do contrato, diante da incapacidade flagrante de pagamento do contratante.³⁷⁵

³⁷³ RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70022304828. Apelante: Banco Santander Banespa S.A. Apelada: Maria Salete Hoffshneider Correa. Relator: Pedro Luiz Pozza. Porto Alegre, 10 jun. 2008. DJ 16 jun. 2008.

³⁷⁴ A decisão foi atacada por Recurso Especial n. 70064692221, que se encontra sobrestado no TJRS, aguardando julgamento de Recurso Paradigma (REsp n. 1.517.888/ RN), no procedimento de Recursos Repetitivos, nos termos do artigo 543-C, §2º e §7º, do Código de Processo Civil. Disponível em <<http://www.tjrs.jus.br/busca/?tb=proc>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

³⁷⁵ APELAÇÃO CÍVEL. NEGÓCIOS JURÍDICOS BANCÁRIOS. AÇÃO DE NULIDADE DE DÉBITO CUMULADA COM PEDIDO DE DANOS MORAIS E MATERIAIS. QUANTUM. SUPERENDIVIDAMENTO. HIPOSSUFICIÊNCIA. CONCESSÃO DE CRÉDITO IRRESPONSÁVEL. DEVER DO CREDOR DE MITIGAR OS PRÓPRIOS PREJUÍZOS. (...)

- SUPERENDIVIDAMENTO: Superendividamento caracterizado no caso concreto. Situação de hipossuficiência da autora devidamente comprovada e da concessão, por parte da ré, de crédito de forma irresponsável. Nulidade de contratações sucessivas para cobrir saldo devedor, realizadas sob o manto da coação moral. Instituição bancária que concede crédito sem averiguação da capacidade econômica do consumidor, contrata sob a égide da temeridade ou alto risco, devendo arcar com os prejuízos daí resultantes. Culpa in iligendo e in vigilando que de forma flagrante e incontroversa qualifica a relação contratual das partes litigantes. Concessão de crédito a quem não tem condições de realizar sua prestação obrigacional, importa em contratação viciada principalmente em razão de simular e induzir em erro o cliente fazendo parecer que terá ele condições de pagamento. Situação de lesão irreversível ao consumidor. Conduta contratual das instituições bancárias que estabelecem extrema facilidade na concessão de crédito de consumo, sem quaisquer exigências de garantia. O Estado-Juiz tem a responsabilidade de dar os parâmetros para as contratações, no sentido de apresentar limitações ao direito de contratar das instituições bancárias, que devem ser responsabilizadas na medida de sua conduta imprudente de propor crédito com tantas facilidades, colocando em risco a própria perfectibilização do contrato, diante da incapacidade flagrante de pagamento do contratante. Dever de mitigar os próprios danos não observado. Enunciado n. 169 da III Jornada de Direito Civil, promovida pelo Conselho da Justiça Federal. - DO QUANTUM INDENIZATÓRIO: o montante fixado pelo juízo singular está de acordo com os parâmetros estabelecidos por este Tribunal em casos semelhantes, devendo ser mantida a indenização ali arbitrada. - DANOS MATERIAIS E DEVOLUÇÃO DE VALORES: a cobrança indevida enseja repetição do valor pago em dobro quando não há prova de erro justificável. Aplicação do parágrafo único do art. 42 do CDC. - SUCUMBÊNCIA: mantidos os ônus sucumbenciais. DES PARCIALMENTE O RECURSO DA AUTORA E,

O TJRJ tem se mostrado sensível a esses casos. Em decisão de recurso de apelação, condenou a instituição financeira a reparar os danos causados ao consumidor, em razão do empréstimo concedido de forma irresponsável. O julgador foi enfático: “As instituições financeiras têm o dever de condicionar seus empréstimos a uma prévia avaliação da capacidade de endividamento de seu cliente”³⁷⁶.

Como visto, a jurisprudência brasileira tem caminhado no sentido de fundamentar na boa-fé objetiva o dever da instituição financeira de avaliar a capacidade de pagamento do consumidor, antes de conceder o empréstimo. A propósito, saliente-se que o Enunciado nº 169, aprovado na III Jornada de Direito Civil, sobre a aplicação do artigo 422 do Código Civil, conclui: “O princípio da boa-fé objetiva deve levar o credor a evitar o agravamento do próprio prejuízo”³⁷⁷.

Por fim, julga-se importante diferenciar essas dimensões do dever de informar. Em verdade, pode-se concluir que um dever complementa o outro, na medida em que a situação concreta demandar.

O dever de esclarecimento é repasse das informações neutras e objetivas acerca da contratação, fazendo com que o consumidor as compreenda. Abrange um viés objetivo do dever de informar: qualquer que seja a contratação, as informações deverão ser prestadas.

O dever de advertência vai além dessa obrigação, pois consiste em chamar a atenção do consumidor aos riscos daquela operação específica. Nesse caso, a advertência é analisada no caso concreto: dependerá do contrato que está sendo firmado, e dos riscos que poderá gerar àquele consumidor.

POR MAIORIA, PROVIDO EM PARTE O RECURSO DO RÉU.

(RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70060010568. Apelante: Rafaela Alves Azambuja Rosa dos Reis. Apelado: Banco Santander Brasil S.A. Relatora: Ana Paula Dalbosco. Porto Alegre, 25 nov. 2014. DJ 02 dez. 2014.)

³⁷⁶ Veja a ementa do julgado: Ação indenizatória. Relação de consumo. Empréstimo bancário. Descontos automáticos realizados na conta corrente da autora para amortização da dívida. Superendividamento. Retenção integral do salário da correntista. Prática abusiva. Vulnerabilidade do consumidor. As instituições financeiras têm o dever de condicionar seus empréstimos a uma prévia avaliação da capacidade de endividamento de seu cliente. Entendimento jurisprudencial firmado no sentido de que o percentual a ser retido para o pagamento de dívida não pode ser superior a 20% dos vencimentos do correntista. Precedentes deste Tribunal de Justiça. Fato do serviço. Danos moral e material configurados. Devolução da quantia equivalente a 80% do valor dos vencimentos retidos, acrescida de juros e correção monetária. Os juros deverão ser iguais àqueles cobrados no contrato, sob pena de ferir-se a isonomia das partes no processo. Parcial provimento do recurso.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 0000904-57.2006.8.19.0017. Apelante: Raquel Soares Torres. Apelado: Banco do Brasil S/A. Relator: Denise Levy Tredler. Rio de Janeiro, 27 mai. 2008. Disponível em: < <http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0003F4871539DAC44AE78C56B2BD8E6B932B9FCBC35E125C&USER=>>. Acesso em: 02 dez. 2015.

³⁷⁷ Compilação de Enunciados Aprovados. Disponível em: <<http://www.cjf.jus.br/CEJ-Coedi/jornadas-cej/enunciados-aprovados-da-i-iii-iv-e-v-jornada-de-direito-civil/compilacaoenunciadosaprovados1-3-4jornadadircivilnum.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

O dever de aconselhar abrange o caráter subjetivo do dever de informar, cujo conteúdo envolve uma solução adequada às necessidades específicas do tomador do crédito. Na explicação de Lima e Bertoncello:

Nesse caso, a transmissão da informação deve ser adaptada às necessidades do destinatário. Para este fim, aquele que tem o dever de aconselhar deve se inteirar da situação de seu parceiro e analisar suas necessidades para emitir uma opinião sobre a maneira mais adequada de satisfazê-las. Enfim, ele deve assegurar que o conselho seja compreendido por seu parceiro, deve explicar e justificar seu ponto de vista, defender sua opinião de maneira a incitar o beneficiário do conselho a segui-la.³⁷⁸

Tais condutas estão ligadas à noção de crédito responsável, que se traduz no dever de aconselhar ou de verificar a capacidade de reembolso do consumidor antes da contratação.³⁷⁹ A ideia é de que os fornecedores são obrigados a adotar práticas responsáveis, de cuidado e proteção no trato com seus clientes, refletindo aí deveres decorrentes da boa-fé objetiva. Em resumo: deve-se garantir que “o consumidor seja previamente comunicado de todas as informações necessárias para que ele possa determinar o custo real da operação visada e, de outro lado, que o profissional (organismo de crédito) seja obrigado a avaliar a solvabilidade de seu cliente (consumidor)”³⁸⁰.

Como visto, mesmo que o CDC não diferencie as dimensões do dever de informação, elas podem ser extraídas de algumas normas do CDC, bem como dos deveres decorrente do princípio da boa-fé objetiva.

Da análise da jurisprudência brasileira, verifica-se que está mais direcionada a coibir os abusos na concessão do crédito mediante imposição de deveres decorrentes da boa-fé objetiva, com a análise de cada situação em concreto, impondo o dever do fornecedor de avaliar a capacidade financeira do consumidor para a tomada do crédito.

Por fim, é de se consignar que os deveres de informação estudados e suas diferentes dimensões desempenham a mesma função: auxiliar o alcance da vontade racional e refletida pelo consumidor, para que ele decida conhecendo bem todas as condições da contratação e ciente dos riscos a ela inerentes.³⁸¹

³⁷⁸ LIMA, Clarissa Costa de. BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p.199.

³⁷⁹ CAVALLAZZI, Rosangela Lunardelli. Confiança no futuro: desconstruindo quatro mitos no tratamento do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 100, p. 425-449, jul-ago/2015. p.459.

³⁸⁰ LIMA, Clarissa Costa. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 76, p. 208-238, Out - Dez/ 2010. p.12.

³⁸¹ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 79.

4 O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR E SUA PREVENÇÃO ATRAVÉS DO DEVER DE INFORMAR

4.1 O superendividamento: um problema grave e atual

Caminhando ao propósito desse trabalho, que é analisar como o dever de informar poderá prevenir o superendividamento do consumidor, necessário nesse momento inserir a realidade desse fenômeno, avaliando conceito, causas e consequências, e, a partir daí, averiguar meios de prevenção.

A compra a crédito é uma facilidade da vida atual, uma das marcas da sociedade de consumo, não mais caracterizada pela economia da poupança, mas pela economia do endividamento.³⁸² A operação de crédito é considerada “parte constante e indissociável do mercado de consumo”³⁸³, e os contratos que envolvem tais transações considerados os de maior repercussão prática no atendimento às necessidades do consumidor e sua inserção e atuação no mercado.³⁸⁴

Vive-se na era em que tudo pode ser comprado a crédito; logo, tudo pode ser comprado. Ao adquirir produtos e serviços, os consumidores endividam-se dia a dia, formando um passivo de dívidas ao qual devem responder. Ter alguma dívida parcelada perante um fornecedor é um fato cotidiano, “inerente à vida na atual sociedade de consumo, faz parte da liberdade das pessoas no mercado de hoje, do ser ‘consumidor’, em qualquer classe social”.³⁸⁵ Muitas vezes, inclusive, o crédito constitui para muitas famílias uma forma de gestão de seu orçamento.³⁸⁶

Evidentemente, a expansão do crédito acarretou o grande avanço da economia, chega a

³⁸² Na economia do endividamento, as pessoas precisam do crédito para adquirir bens de maior valor, visto que gastam toda a sua receita em consumo básico. Na economia da poupança, reserva-se quantia para poupar, sem que se gaste toda a receita mensal, de modo que a pessoa planeja a aquisição de bens de maior valor, poupando e esperando até que tenha valor suficiente para o investimento. (MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 3.)

³⁸³ SILVA NETO, Orlando Celso da. 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, v. 98, p. 15-35, mar.-abr./2015. p. 2.

³⁸⁴ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 376.

³⁸⁵ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 3.

³⁸⁶ FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 23.

ser considerado “um dos grandes elementos de promoção da economia no último século”.³⁸⁷ O mercado depende do constante crescimento do consumo. Assim, à medida que se tem crédito para possibilitar o consumo, garante-se o crescimento da economia. O crédito estimula o consumo, mantém o mercado em constante movimento, em uma perspectiva de incessante crescimento e desenvolvimento, sendo, segundo Lopes, “um elemento de dinamização da produção capitalista”.³⁸⁸

Além de ser fator propulsor da economia, os efeitos positivos do crédito ao consumo refletem diretamente na vida social, vez que proporciona melhora no nível de vida da população e das pessoas em sua individualidade.³⁸⁹ O acesso ao crédito para o consumo possibilitou o alcance por diversas classes de consumidores a bens de maior valor econômico (aos quais não teriam acesso se não tivessem possibilidade de financiamento).³⁹⁰ E assim, as pessoas se tornam mais felizes por poderem adquirir seus objetos de desejo sem precisar esperar muito tempo (ou tempo algum) para isso. Lembre-se aqui a desigualdade social que assola o Brasil havendo realidades distintas de consumidores, dentre eles os mais desfavorecidos, para os quais a compra do mais simples dos eletrodomésticos somente pode ser realizada a crédito.³⁹¹

Como referido, essa absoluta inserção do crédito na vida das pessoas é sintoma da sociedade atual, fenômeno chamado “massificação do crédito”.³⁹²

Diante da realidade, e na esteira da figura de linguagem utilizada por Marques, verifica-se que crédito e consumo andam juntos, são as faces da mesma moeda. Porém, essa moeda pode ser da sorte ou do azar, como explica:

(...) essa moeda de duas faces "consumo/crédito" sorri somente quando está na vertical, girando e mostrando suas duas caras ao mesmo tempo: é bom para todo mundo, para a sociedade em geral, pois economia "sorri", e para o consumidor, que também é incluído - feliz - no mundo do consumo. Mas o equilíbrio desse movimento é difícil, e na sociedade de consumo de massa sempre uma moeda ou outra vai se desequilibrar e cair: o consumidor não paga o crédito, não consome mais, cai no inadimplemento individual (ou insolvência civil)

³⁸⁷ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 380.

³⁸⁸ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 1.

³⁸⁹ NIEMI-KIESILAINEN, Johanna. Consumer Bankruptcy in Comparison: Do We Cure a Market Failure or a Social Problem. *Osgoode Hall Law Journal*, n. 37, p. 473-503, 1999. p. 476. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/21>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

³⁹⁰ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 380.

³⁹¹ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 2.

³⁹² MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 380.

(...)³⁹³

O superendividamento do consumidor, também denominado falência ou insolvência dos consumidores³⁹⁴, é um dos grandes sintomas da massificação do crédito verificada nos últimos tempos. Lopes chega a referir que no Brasil “o crédito ao consumo destinado a certas classes sociais é fonte de escândalos que chegam ao foro internacional, como a escravidão (informal) por dívidas”.³⁹⁵

Após a euforia inicial da expansão do crédito, o inadimplemento sinaliza o exagero e preocupa: aumentaram em cerca de 23% os cadastros negativos de crédito; a inadimplência em financiamentos de eletrodomésticos e outros bens duráveis aumentou de 6,8 para 9,4% em dois anos; em empréstimos pessoais para a população de baixa renda, a inadimplência chegou a R\$ 16,00 para cada R\$ 100,00 emprestados, o triplo verificado nos índices do cheque especial.³⁹⁶

O problema é mundial, não se restringe à realidade brasileira. Ziegel registra o rápido aumento de casos de superendividamento em dez anos: no Canadá, o número triplicou entre 1985 e 1995. Nos Estados Unidos, chegaram a mais de um milhão de casos em 1997.³⁹⁷

O conceito de superendividamento é positivado na legislação francesa, em que o Código de Consumo define como “la imposibilidad manifiesta de una persona física de buena fe de hacer frente al conjunto de sus deudas de carácter no profesional exigibles y por vencer”.³⁹⁸

Diante do conceito legal, Paisant refere que a boa-fé é requisito de admissibilidade para a submissão do consumidor às normativas referentes ao tratamento do superendividamento na França.³⁹⁹

No Brasil, o desenvolvimento do conceito é doutrinário. Marques define o fenômeno como “a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de

³⁹³ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul-set/2010. p. 4.

³⁹⁴ LIMA, Clarissa Costa de. Crédito responsável e superendividamento. Suspensão do desconto de empréstimo consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 64, p. 301-310, out./2007. p. 5.

³⁹⁵ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 2.

³⁹⁶ LIMA, Clarissa Costa de. Crédito responsável e superendividamento. Suspensão do desconto de empréstimo consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 64, p. 301-310, out./2007. p. 4.

³⁹⁷ ZIEGEL, Jacob S. Introduction to the Symposium on Consumer Bankruptcies. *Osgoode Hall Law Journal*, v. 37, p. 1-13, 1999. p. 1. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/1>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

³⁹⁸ PAISANT, Gilles. Buena fe, crédito y sobreendeudamiento: el caso francés. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 195-204, jul.-ago./2015. p. 5.

³⁹⁹ PAISANT, Gilles. Buena fe, crédito y sobreendeudamiento: el caso francés. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 195-204, jul.-ago./2015. p. 5.

pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo”.⁴⁰⁰ Lima salienta que há mais de uma possibilidade de definição do superendividamento, mas que todas possuem em comum a “impossibilidade do devedor pagar todas as suas dívidas, atuais e futuras, com seu patrimônio e seu rendimento”.⁴⁰¹

Extrai-se, pois, da definição dada por Marques os elementos básicos para a identificação do superendividamento, quais sejam: 1) devedor pessoa física; 2) devedor de boa-fé; 3) incapacidade de pagar as dívidas atuais e futuras, em confronto do valor do débito e a renda e patrimônio do devedor.⁴⁰²

Dessa forma, é imprescindível que o consumidor seja pessoa física leiga, não podendo ser profissional ou empresário, que pode falir (situação regulada por lei específica). Ainda, esse consumidor deve – necessariamente – estar de boa-fé, sendo o momento da contratação (e não posterior) o correto para aferição dessa condição. Assim, o consumidor que age de má-fé, contraindo empréstimo ciente de que não vai honrar o pagamento, pois sabe que não possui meios para tanto, não pode ser considerado um superendividado. Por fim, esse consumidor deve se encontrar em situação de total impossibilidade de pagar as dívidas já vencidas e que estão por vencer com sua renda e patrimônio ativo. Note-se que a impossibilidade deve ser durável⁴⁰³ (não passageira), como ressalta Marques, a “indicar que teria de fazer um esforço por longos anos, quase uma escravidão ou hipoteca do futuro, para poder pagar suas dívidas”.⁴⁰⁴

Ainda, para a aferição do superendividamento, segundo Kirchner, no montante das dívidas excluem-se as alimentícias, delituais e fiscais.⁴⁰⁵

Importante divisão faz a doutrina para classificar as situações de superendividamento. Nesse sentido, faz-se duas classificações: superendividamento ativo ou passivo.⁴⁰⁶

⁴⁰⁰ MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito aos consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 55, p. 11-52, jul.-set./2005. p. 1.

⁴⁰¹ LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 33-34.

⁴⁰² GARDINO, Adriana Valéria Pugliese. Superendividamento do consumidor: breves reflexões. *Revista da AJURIS*, Porto Alegre, v. 121, p.13-46, mar. 2011.

⁴⁰³ KIRCHNER, Felipe. Os novos fatores teóricos de imputação e concretização do tratamento do superendividamento de pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 65, p. 63-113, jan. 2008. p. 3.

⁴⁰⁴ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 6.

⁴⁰⁵ KIRCHNER, Felipe. Os novos fatores teóricos de imputação e concretização do tratamento do superendividamento de pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 65, p. 63-113, jan. 2008. p. 3.

⁴⁰⁶ FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 227-242, abr.-jun./2010. p. 8.

O superendividamento ativo não decorre das circunstâncias pessoais do consumidor ou de sua família (como condições de saúde, afetivas, de emprego, entre outros).⁴⁰⁷ Pode se dar por má-fé, desorganização ou administração equivocada do orçamento.⁴⁰⁸ O consumidor contribui de alguma forma para a situação em que se encontra, seja por não ter planejado corretamente seus gastos ou acumulado dívidas maiores que seus rendimentos.⁴⁰⁹ Nesses casos, a doutrina divide em superendividamento ativo consciente e inconsciente.⁴¹⁰ O superendividamento ativo consciente se dá quando há má-fé do consumidor, que age com a intenção deliberada de não pagar⁴¹¹, e, nesse caso, não poderá usufruir do abrigo legal do tratamento destas situações.⁴¹² Mas a consciência do abuso do crédito não é indispensável, ou seja, pode existir o superendividado ativo inconsciente, que não calculou bem seu orçamento, tomou o crédito sem informação necessária ou teve acesso a crédito concedido de forma irresponsável pelo banco, enfim, como ressalta Lima, “consumidores de boa-fé que acreditavam que conseguiriam honrar suas obrigações”.⁴¹³

O superendividamento passivo é o decorrente de um acidente da vida, que impossibilite a pessoa de pagar suas dívidas atuais e futuras, como desemprego, doença, divórcio.⁴¹⁴ Assim, o acúmulo de dívidas do consumidor é determinado por circunstâncias pessoais “exteriores e imprevistas em razão da redução brutal dos recursos devido às áleas da vida”⁴¹⁵.

⁴⁰⁷ CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Confiança no futuro: desconstruindo quatro mitos no tratamento do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 425-449, jul.-ago./2015. p. 8.

⁴⁰⁸ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 385.

⁴⁰⁹ FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 227-242, abr.-jun./2010. p. 8.

⁴¹⁰ SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 71, p. 9-33, jul.-set./2009. p. 6.

⁴¹¹ LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 206. p. 195-205.

⁴¹² Refira-se no ponto que, mesmo não havendo legislação para tratar especificamente do assunto no Brasil, existem projetos que tratam dessas situações. Exemplo é o “Projeto Piloto de Tratamento das Situações de Superendividamento do Consumidor” que nasceu da experiência prática de pesquisas realizadas na UFRGS, em 2004, pelas Doutoras Clarissa Costa de Lima e Káren Bertoncello, sob orientação da Professora Doutora Claudia Lima Marques. Segundo Marques, Lima e Bertoncello, “O projeto-piloto contou com o apoio da UFRGS, da Escola Superior da Magistratura – Ajuris, do Procon-RS e da Defensoria Pública do Rio Grande do Sul e tinha como objetivo primordial a renegociação das dívidas do consumidor superendividado com todos os seus credores, de forma amigável, de acordo com seu orçamento familiar, de modo a garantir a subsistência básica de sua família (mínimo vital).” (MARQUES, Claudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Dados preliminares da pesquisa empírica sobre o perfil dos consumidores superendividados da Comarca de Porto Alegre (2007 a 2012) e o “Observatório do Crédito e Superendividamento UFRGS-MJ”. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 99, p. 411-436, maio-jun./2015. p. 23.)

⁴¹³ LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 34-35.

⁴¹⁴ FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 227-242, abr.-jun./2010. p. 8.

⁴¹⁵ CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Confiança no futuro: desconstruindo quatro mitos no tratamento do

Impõe refletir – até para que se encontrem soluções adequadas para o problema – quais as causas da ocorrência do superendividamento. A expansão do crédito, como dito antes, é uma das grandes razões.

O surgimento do crédito ao consumo, ensina Kilborn, deu-se nos Estados Unidos no início do século XX, quando o crescimento das vendas parceladas de produtos ao consumidor e a revisão das leis de usura tornaram o crédito ao consumo um conceito aceitável economicamente e socialmente. No final dos anos 70 e início dos 80, a expansão do crédito explodiu. Em 1978, a Suprema Corte Norte-Americana aboliu a regulação do crédito ao consumidor. Nos anos 80, os países Europeus seguiram essa tendência. E, nesse cenário, os consumidores ficaram livres a determinar o *quantum* aceitável de sua dívida. Esse mercado aberto acirrou a competição entre os fornecedores na busca por clientes do rentável produto.⁴¹⁶

No Brasil, a expansão do crédito é mais recente, começou após 1994 com a edição do Plano Real e foi acentuada após o ano 2000, em razão da estabilidade econômica e da “descoberta de uma parcela da população que estava excluída do sistema formal de crédito”.⁴¹⁷ E assim, o crédito ao consumo explode e muda toda a sociedade.

Porém, Lima identifica diferentes abordagens para explicar o fenômeno: a desregulamentação do mercado de crédito, com o descontrole dos níveis de crédito ao consumo e abolição do teto de juros; redução do bem-estar social, em razão da falta de políticas públicas adequadas a oferecer aos cidadãos condições de educação e saúde públicas eficiente, por exemplo. Nesse sentido, Ramsay chega a referir que o cartão de crédito age, muitas vezes, como substituto de políticas públicas, pois o consumidor vai buscar seu bem-estar que o Estado não promove (e deveria), mas como não tem dinheiro, usa o crédito e endivida-se.⁴¹⁸

Outro fator é o consumo por impulso e em excesso, característico da sociedade do endividamento, em que não se poupa para comprar, mas se parcela o valor, para ter o bem de imediato.⁴¹⁹ Além disso, conforme Kilborn, os consumidores tendem a ser demasiadamente

superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 425-449, jul.-ago./2015. p. 10.

⁴¹⁶ KILBORN, Jason J. Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor: buscando as causas e avaliando soluções. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 70.

⁴¹⁷ LIMA, Clarissa Costa de. Crédito responsável e superendividamento. Suspensão do desconto de empréstimo consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 64, p. 301-310, out./2007. p. 4.

⁴¹⁸ RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 63, p. 231-258, jul.-set./2007. p. 4.

⁴¹⁹ LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*.

otimistas e confiantes no que diz respeito à sua própria suscetibilidade ao risco. Dessa forma, em não conseguindo antever os riscos da vida (como desemprego, doença ou outros fatores), tendem a gastar mais.⁴²⁰

O crédito irresponsável, bem como o excesso de crédito disponível, também são fatores que causam o superendividamento. O oferecimento do crédito não é acompanhado das devidas e adequadas informações ao consumidor, nem tampouco com exigências maiores de garantia, ou com a observação do seu grau de endividamento. As instituições financeiras negligenciam aos cuidados essenciais na concessão de crédito, e compensam o risco com os juros elevados que praticam⁴²¹, constituindo uma espécie de seguro de crédito.⁴²²⁴²³

Aliás, muitas vezes esse consumidor é induzido, estimulado e incentivado ao crédito pela publicidade, e estratégias de marketing.⁴²⁴ Conforme Lorenzetti, em razão das avançadas técnicas de marketing, atualmente, o cliente que entra em um banco, dificilmente sai sem ter contraído algum tipo de contrato de crédito.⁴²⁵ É prática usual dos bancos a imposição de metas a seus funcionários, que devem ligar para uma lista de clientes, oferecendo-lhes produtos financeiros e serviços, que, na sua maioria, envolvem crédito.⁴²⁶

A falta de educação financeira e ausência de informações adequadas também são

São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 36.

⁴²⁰ KILBORN, Jason J. Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor: buscando as causas e avaliando soluções. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 73.

⁴²¹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 380-381.

⁴²² Nesse sentido, Williams esclarece que a expansão do crédito ao consumo é acompanhada pela criação de fluxos de receita lucrativa vinda de taxas, encargos e serviços acessórios, que servem como um seguro de crédito. Com base em dados estatísticos, refere que encargos por atraso no pagamento de cartões de crédito nos Estados Unidos multiplicaram, passando de níveis insignificantes em 1990 para mais de 1 bilhão de dólares em 1996, chegando a 9 bilhões de dólares apenas sete anos mais tarde, em 2003. (WILLIAMS, Toni. Who Wants to Watch? A Comment on the New International Paradigm of Financial Consumer Market Regulation. *Seattle University Law Review*, Seattle, v. 36, p. 777-801, 2013. p. 13.)

RAMSAY, por sua vez, apresenta dados que informam que 78% da renda de Mastercard e Visa advém de cobranças de juros ou financiamentos no cartão de crédito. (RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 63, p. 231-258, jul.-set./2007. p. 5.)

⁴²³ Dado estatístico revela que, no ano de 2007, os cinco maiores bancos privados tiveram cerca de 20 (vinte) bilhões de reais de lucro líquido, 90% de crescimento em relação aos lucros de 2006 (que já tinha sido um ano de faturamentos recordes). (MOURA, Walter José Faiad de; BESSA, Leonardo Roscoe. Impressões atuais sobre o superendividamento: sobre a 7ª Conferência Internacional de serviços financeiros e reflexões para a situação brasileira. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 65, p. 144-162, jan.-mar./2008. p. 3.)

⁴²⁴ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 3.

⁴²⁵ LORENZETTI, Ricardo Luis; MARQUES, Claudia Lima. *Contratos de servicios a los consumidores*. 1. ed. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni Editores, 2005. p. 415.

⁴²⁶ LORENZETTI, Ricardo Luis; MARQUES, Claudia Lima. *Contratos de servicios a los consumidores*. 1. ed. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni Editores, 2005. p. 416.

fatores que causam o superendividamento. Segundo Lima:

consumidores que não recebem previamente as informações sobre as condições da contratação, dos custos e do impacto da dívida no seu orçamento correm mais riscos de se endividar e comprometer demasiadamente o orçamento doméstico.⁴²⁷

Pesquisa realizada na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e coordenada pela Professora Claudia Lima Marques aponta que a maioria dos casos de superendividamento (76,1% dos casos) são decorrentes de algum acidente da vida (superendividamento passivo), sendo que 23,9% retrata desorganização financeira (superendividamento ativo).⁴²⁸

O tema preocupa e muito. Trata-se de um problema jurídico e social⁴²⁹, grave fator de exclusão social.⁴³⁰ É dizer, não se trata de um problema que atinge apenas a esfera pessoal do devedor, como no geral é tratado, do ponto de vista jurídico, cuja solução é a execução forçada do devedor.⁴³¹

Por certo, o superendividamento atinge a esfera moral, pessoal, familiar dos consumidores. E a responsabilidade não pode ser imputada somente ao devedor. Afirma-se, por isso, que a proteção do consumidor superendividado transcende à finalidade de proteção negocial do consumidor vulnerável, atingindo caráter existencial.⁴³²

É nessa linha que o fenômeno deve ser tratado pelo direito como problema social, como fruto do Estado-social, pois, conforme Lopes, “é uma disciplina jurídica da extensão da cidadania social (de direitos sociais)”, e por isso precisa ser regulado.⁴³³

Nesse sentido, o superendividamento afeta toda a sociedade negativamente, além de

⁴²⁷ LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 36.

⁴²⁸ Segundo dados levantados pelo Observatório do Crédito e Superendividamento UFRGS-MJ, projeto que dos anos de 2007 a 2012 analisou e levantou dados referentes a mais de 5 mil consumidores superendividados, as causas informadas das dívidas são: 26,5% - redução de renda; 24,3% - desemprego; 18,0% - doença; 4,8% - divórcio e separação e 2,5% - morte de provedor. (MARQUES, Claudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Dados preliminares da pesquisa empírica sobre o perfil dos consumidores superendividados da Comarca de Porto Alegre (2007 a 2012) e o "Observatório do Crédito e Superendividamento UFRGS-MJ". *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 99, p. 411-436, maio-jun./2015. p. 8.)

⁴²⁹ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 15.

⁴³⁰ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 231.

⁴³¹ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 3.

⁴³² MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 385.

⁴³³ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 3.

atingir o consumidor de forma drástica, pois atinge todas as esferas da sua vida: financeira (os credores cobrarão seus créditos de todas as formas, inclusive judicial, expropriando bens se necessário e bloqueando contas bancárias), profissional (o superendividado pode se tornar menos produtivo, além de ficar desestimulado a agir de forma empreendedora), familiar (as brigas aumentam, muitas vezes a falta de tolerância de um parceiro para com o outro pode vir a afetar a relação de forma a ocasionar seu rompimento), social (o superendividado se exclui do meio social, por falta de dinheiro e por falta de vontade) além de afetar a saúde do superendividado (o consumidor pode ser acometido por depressão, dores de cabeça e de estômago, alcoolismo, entre outros problemas).⁴³⁴

Frade e Magalhães relatam estudo feito em Portugal⁴³⁵ e ressaltam algumas características dos devedores superendividados. Dentre elas, o sentimento de culpa geral e vergonha com relação aos filhos, para os quais são direcionados os maiores esforços de manutenção do bem-estar. Ainda, muitos tentam manter os filhos alheios às dificuldades financeiras. Além desses sintomas, os superendividados sofrem uma “reconfiguração das suas relações sociais”, sobressaindo a característica entre eles de afastamento social, que deriva da falta de dinheiro para manter os padrões de antes e de seu estado emocional precário, propenso ao isolamento e desmotivação.⁴³⁶ Além disso, os pais que têm problemas financeiros tendem a se descuidar da educação dos filhos, em razão do forte estresse pelo qual estão passando, e, assim, os filhos poderão sofrer consequências para a vida toda, como problemas escolares, emocionais, de saúde, podendo ocorrer o uso de álcool e drogas.⁴³⁷

Casos verídicos foram relatados por Lima e demonstram claramente o que significa na vida de uma pessoa estar superendividado. Importante para se ter noção da real importância do problema que está sendo analisado nesse trabalho, a referência a alguns desses exemplos:

O consumidor Antônio tomou conhecimento do Projeto de Tratamento do Superendividamento no consultório médico, quando buscava ajuda para as dores de cabeça e enjôos decorrentes do estresse e da tensão gerados pela cobrança das dívidas que se acumulavam em razão dos altos juros. A consumidora Marisa, em razão dos problemas financeiros, ficou sem energia elétrica por mais de um ano em

⁴³⁴ MIRAGEM, Bruno; LIMA, Clarissa Costa de. Patrimônio, contrato e a proteção constitucional da família: estudo sobre as repercussões do superendividamento sobre as relações familiares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 91, p. 85-116, jan.-fev./2014. p. 12.

⁴³⁵ Projeto denominado “Observatório do Endividamento dos Consumidores, do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra”.

⁴³⁶ FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 27-30.

⁴³⁷ MIRAGEM, Bruno; LIMA, Clarissa Costa de. Patrimônio, contrato e a proteção constitucional da família: estudo sobre as repercussões do superendividamento sobre as relações familiares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 91, p. 85-116, jan.-fev./2014. p. 12.

sua residência e dependia do auxílio dos vizinhos para sustentar os três dependentes. A consumidora Sílvia estava em aparente sofrimento psíquico por temer que o marido soubesse que estava superendividada com o cartão de crédito, e narrou que “ele não pode saber que estou devendo”, “não sei como esconder, se ele descobre que não fui ao trabalho e estou vindo aqui”, “se meu esposo souber ele vai me matar”, “ele dá o exemplo, não tem cartão de crédito”. O consumidor Tadeu tinha quase todo o salário descontado pelo empréstimo consignado, restando-lhe somente R\$30,00, o que inviabilizava o sustento da família e, sobretudo, o pagamento dos remédios para o filho que sofria de paralisia cerebral e epilepsia.⁴³⁸

Atualmente, diversas empresas comumente deixam de contratar empregados quando seu nome está cadastrado em órgãos de proteção ao crédito (ainda que não venha a prejudicar o pretense cargo). E isso só vem a agravar a situação da pessoa, não apenas na esfera financeira, mas também psicológica, afetando sua autoestima e dignidade.⁴³⁹

Tais situações demonstram o problema causado pelo superendividamento. E, se como antes dito, crédito pode ser bom para o indivíduo e para a sociedade, o superendividamento afeta também o indivíduo, em sua particularidade, e a sociedade como um todo.

A doutrina refere, como já dito, haver uma vulnerabilidade especial no consumidor de crédito (hipervulnerabilidade), em razão da influência de muitos fatores externos na sua decisão de contratar o crédito, afetando sua liberdade de decisão, pois o contraente será duas vezes consumidor: o consumidor em geral e o consumidor de crédito.⁴⁴⁰ Significa dizer que a situação de superendividamento agrava a vulnerabilidade do consumidor (já considerado vulnerável em condições normais), que, em razão da necessidade, fica refém das condições de contratação impostas pelos fornecedores do crédito.⁴⁴¹

Muitas vezes esse consumidor – e veja o exemplo acima citado de Tadeu que tinha quase todo o salário descontado pelo empréstimo consignado, restando-lhe para viver somente R\$30,00⁴⁴² – não tem sequer condições de suprir o seu sustento, dada a quantidade de dívidas e o montante que toma de sua receita.

O superendividamento retira do devedor a capacidade de pagamento. A pessoa fica

⁴³⁸ LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 41.

⁴³⁹ ENGELMANN, Wilson; FORNASIER, Mateus de Oliveira. Superendividamento e Dignidade: um enfoque hermenêutico do instrumental técnico de exacerbação do hiperconsumismo na sociedade contemporânea à luz do Direito do Consumidor Brasileiro. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 88, p. 259-290, jul.-ago./2013. p. 12.

⁴⁴⁰ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 193.

⁴⁴¹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 383.

⁴⁴² LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014. p. 41.

totalmente privada de garantir um mínimo de condições materiais. Nesse passo, qualquer tratamento jurídico dessa situação deve garantir ao consumidor a manutenção de uma renda mínima (um mínimo existencial⁴⁴³) que lhe permita o pagamento de suas despesas cotidianas, e assim lhe assegure meios essenciais de existência e dignidade.⁴⁴⁴ Em resumo: garantir a manutenção de recursos financeiros capazes de garantir um mínimo existencial ao devedor é garantir a dignidade da pessoa humana⁴⁴⁵ na relação de consumo.⁴⁴⁶

Por tudo isso, o superendividamento repousa como um fator de exclusão social, e por isso a proteção do consumidor endividado “é um imperativo nacional de luta contra as exclusões sociais”⁴⁴⁷.

Ocorre, como referido, no Brasil, não existe regulação específica para prevenção e tratamento do superendividamento. Do ponto de vista jurídico, as medidas acabam sendo a cobrança (muitas vezes abusiva) do consumidor, com negativação de seu nome, sua execução forçada, com expropriação de bens, e todas essas medidas só agravam a situação já precária. O consumidor, por sua vez, pode revisar seu débito no judiciário, mas para isso deve contratar advogado, o que implica em mais despesas. Enfim, muitos problemas são desencadeados, e muitos desaguam na via judicial.⁴⁴⁸

⁴⁴³ Para um estudo aprofundado sobre o mínimo existencial: BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Identificando o mínimo existencial: proposições de concreção em casos de superendividamento do consumidor*. 2015. 128 f. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

⁴⁴⁴ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: A Proteção do Consumidor em Direito Comparado Brasileiro e Francês*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 123.

⁴⁴⁵ Assim decidiu o STJ: AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. DECISÃO INTERLOCUTÓRIA. RETENÇÃO. POSSIBILIDADE DE AFASTAMENTO. CRÉDITO CONSIGNADO. CONTRATO DE MÚTUO. DESCONTO EM FOLHA DE PAGAMENTO. POSSIBILIDADE. LIMITAÇÃO DA MARGEM DE CONSIGNAÇÃO A 30% DA REMUNERAÇÃO DO DEVEDOR. SUPERENDIVIDAMENTO. PRESERVAÇÃO DO MÍNIMO EXISTENCIAL.

1. Possibilidade de afastamento da regra do art. 542, §3º, do CPC, apenas se demonstrada a viabilidade do recurso especial ("fumus boni iuris") e o perigo de que, com a sua retenção, sobrevenha dano irreparável ou de difícil reparação ao recorrente ("periculum in mora").

2. Validade da cláusula autorizadora do desconto em folha de pagamento das prestações do contrato de empréstimo, não configurando ofensa ao art. 649 do Código de Processo Civil,

3. Os descontos, todavia, não podem ultrapassar 30% (trinta por cento) da remuneração percebida pelo devedor.

4. Preservação do mínimo existencial, em consonância com o princípio da dignidade humana.

5. Precedentes específicos da Terceira e da Quarta Turma do STJ.

6. AGRAVO REGIMENTAL DESPROVIDO. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1206956/RS. Recorrente: Vladimir Freire Rodrigues. Recorrido: União Gaúcha dos Professores Técnicos. Relator: Min. Paulo de Tarso Sanseverino. Brasília, 18 out. 2012. DJe 22 out. 2012.)

⁴⁴⁶ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 385.

⁴⁴⁷ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 233.

⁴⁴⁸ SILVA NETO, Orlando Celso da. 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, v. 98, p. 15-35, mar.-abr/2015. p. 2.

Nesse contexto, é de extrema importância a função preventiva e corretiva do direito do consumidor, salientando a atuação imprescindível no momento anterior à contratação (no que diz à clareza de informação passadas ao consumidor, de modo a assegurar sua autonomia racional na contratação), bem como após caracterizada a situação de superendividamento, com a observância efetiva do princípio da boa-fé e seus corolários, quais sejam os deveres de lealdade, colaboração e respeito.⁴⁴⁹ O enfoque desse trabalho é a prevenção, mais especificamente na busca de identificar possíveis meios concretos de prevenir o superendividamento através do dever de informação imposto às instituições financeiras. É o que se passa a responder a partir de agora.

4.2 Atualização do CDC: o avanço nas medidas de prevenção do superendividamento

Diante do que foi estudado, é tão aguardada e urgente⁴⁵⁰ a atualização do CDC, por meio da aprovação do Projeto de Lei do Senado n. 283/2012^{451 452}, que traz importantes avanços no que respeita à prevenção e tratamento do superendividamento no Brasil, inserindo normas específicas ao tema na lei consumerista.

Rápida incursão ao direito comparado faz-se necessária. Isso porque a maioria dos países desenvolvidos tem regramento específico para o tema.⁴⁵³ Canadá possui legislação de insolvência aplicada a consumidores desde 1919.⁴⁵⁴ A legislação sobre falência dos Estados Unidos da América é o *Bankruptcy Code*, de 1978, tratando de situações de falência pessoal,

⁴⁴⁹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 384.

⁴⁵⁰ O Projeto teve início em 02 de agosto de 2012 e tramita há três anos. Em 04 de novembro de 2015, foi remetido à Câmara dos Deputados, após aprovação sem substitutivos do texto pelo Senado Federal. Infelizmente não se sabe quanto tempo de espera ainda se terá, o que é uma lástima e, como salienta Cavallazzi, “o agravamento da vulnerabilidade do consumidor está mais intenso, e a atualização do Código (PLS 283/2012) está esquecida, fato que ninguém pode entender”. (CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Confiança no futuro: desconstruindo quatro mitos no tratamento do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 425-449, jul.-ago./2015. p. 2.)

⁴⁵¹ Projeto elaborado por uma Comissão de Juristas presidida pelo Ministro Antonio Herman V. Benjamin, e teve como membros a Professora Claudia Lima Marques, como Relatora-Geral, Ada Pellegrini Grinover, Leonardo Roscoe Bessa, Roberto Pfeiffer e Kazuo Watanabe. (MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. Anteprojeto de lei de Atualização do Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 82, p. 331-356, abr./2012. p. 1.)

⁴⁵² Análise com base na última versão do Projeto de Lei, após aprovação pelo Senado Federal, em 28 de outubro de 2015. Extraído do site do Senado Federal. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/diarios/BuscaDiario?tipDiario=1&datDiario=29/10/2015&paginaDireta=00272>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

⁴⁵³ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 4.

⁴⁵⁴ BERRY, Ruth E.; MCGREGOR, Sue L. T. Counselling Consumer Debtors under Canada's Bankruptcy and Insolvency Act. *Osgoode Hall Law Journal*, vol. 37, ½, p. 369-385, 1999. p.371. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/15>>. Acesso em: 28 out. 2015.

fresh start policy (perdão das dívidas permitindo um novo começo), liquidação e recuperação em tais casos.⁴⁵⁵ A Dinamarca foi o primeiro país Europeu a tratar do tema especificamente em 1984.⁴⁵⁶ A França tem tratamento específico para o problema também na esfera legislativa, desde 1989, através da Lei Neiertz, tendo a reforma legislativa de 1993 inserido o texto legal no *Code de la Consommation*, em seus artigos L.331-1 e seguintes.⁴⁵⁷ A legislação da Áustria data de 1994. Também em 1994, a legislação de insolvência da Alemanha foi atualizada para inserção de um capítulo destinado a tratar da insolvência dos consumidores. A lei holandesa é de 1997.⁴⁵⁸ Outros países, como a Inglaterra, a Bélgica, Luxemburgo, também possuem medidas legislativas para o tema.⁴⁵⁹

No Brasil, não há tratamento especial para a insolvência do consumidor. A insolvência civil, para esse fim, é insuficiente. Isso porque nesse procedimento não se analisam as causas pessoais e sociais que culminaram na insolvência, nem tampouco existe previsão de um sistema de negociação que permita ao consumidor efetivamente sair dessa situação. De fato, isso que é necessário: um sistema que assegure ao consumidor se recuperar, para que possa recomeçar. Porém, atualmente, no direito brasileiro, a insolvência, como refere Lopes, não passa de uma execução coletiva, não há preocupação para os fatos da vida do consumidor desfavorecido, nem tampouco há uma previsão de um tratamento diferenciado em razão da causa do superendividamento (por exemplo, se o consumidor teve uma atitude de boa ou má-fé).⁴⁶⁰

Todavia, a doutrina se preocupa com o tema há algum tempo, havendo reflexos na jurisprudência⁴⁶¹, bem como na esfera legislativa, que vê tramitar, desde 2012, o Projeto de

⁴⁵⁵ BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Breves linhas sobre o estudo comparado de procedimentos de falência dos consumidores França, Estados Unidos da América e Anteprojeto de Lei no Brasil. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 83, p. 113-137, jul.-set./2012. p. 6.

⁴⁵⁶ NIEMI-KIESILAINEN, Johanna. Consumer Bankruptcy in Comparison: Do We Cure a Market Failure or a Social Problem. *Osgoode Hall Law Journal*, n. 37, p. 473-503, 1999. p. 482. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/21>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

⁴⁵⁷ BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Breves linhas sobre o estudo comparado de procedimentos de falência dos consumidores França, Estados Unidos da América e Anteprojeto de Lei no Brasil. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 83, p. 113-137, jul.-set./2012. p. 3.

⁴⁵⁸ NIEMI-KIESILAINEN, Johanna. Consumer Bankruptcy in Comparison: Do We Cure a Market Failure or a Social Problem. *Osgoode Hall Law Journal*, n. 37, p. 473-503, 1999. p. 483. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/21>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

⁴⁵⁹ MARQUES, Claudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 9.

⁴⁶⁰ LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 7.

⁴⁶¹ O STJ possui 2 acórdãos e 232 decisões monocráticas, resultantes da pesquisa de jurisprudência com a palavra-chave “superendividamento”, sendo a primeira decisão do ano de 2008. Um dos acórdãos data de 2012 e decidiu no sentido de admitir o desconto em folha de pagamento, mas limitado a 30% da receita bruta do consumidor, garantindo o mínimo existencial:

Lei do Senado n. 283, que propõe a atualização o CDC com inclusão de regramento específico sobre o superendividamento do consumidor.⁴⁶²

À evidência, o PLS avança na proteção do consumidor de crédito através da informação, propiciando meios mais eficazes de prevenção, como se verificará no próximo ponto.

A França conta com regulação específica para o superendividamento desde o ano de 1989 (Lei Neiertz), passando por uma reforma legislativa no ano de 1993 que inseriu o texto legal no *Code de la Consommation* (em diversos dispositivos analisados nos tópicos anteriores). O modelo francês de tratamento e prevenção ao superendividamento foi inspiração da Comissão de Juristas no propósito de atualização do CDC, no que se refere às normas atinentes aos contratos de crédito. Assim, inseriu-se o reforço das informações obrigatórias, o direito de arrependimento, a boa-fé e a responsabilidade na concessão do crédito ao consumidor e na prevenção (autonomia racional e liberdade de escolha renovadas) e tratamento do superendividamento (modelo francês de audiências globais com todos os

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. DECISÃO INTERLOCUTÓRIA. RETENÇÃO. POSSIBILIDADE DE AFASTAMENTO. CRÉDITO CONSIGNADO. CONTRATO DE MÚTUO. DESCONTO EM FOLHA DE PAGAMENTO. POSSIBILIDADE. LIMITAÇÃO DA MARGEM DE CONSIGNAÇÃO A 30% DA REMUNERAÇÃO DO DEVEDOR. SUPERENDIVIDAMENTO. PRESERVAÇÃO DO MÍNIMO EXISTENCIAL.

1. Possibilidade de afastamento da regra do art. 542, §3º, do CPC, apenas se demonstrada a viabilidade do recurso especial ("fumus boni iuris") e o perigo de que, com a sua retenção, sobrevenha dano irreparável ou de difícil reparação ao recorrente ("periculum in mora").

2. Validade da cláusula autorizadora do desconto em folha de pagamento das prestações do contrato de empréstimo, não configurando ofensa ao art. 649 do Código de Processo Civil,

3. Os descontos, todavia, não podem ultrapassar 30% (trinta por cento) da remuneração percebida pelo devedor.

4. Preservação do mínimo existencial, em consonância com o princípio da dignidade humana.

5. Precedentes específicos da Terceira e da Quarta Turma do STJ.

6. AGRAVO REGIMENTAL DESPROVIDO. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1206956/RS. Recorrente: Vladimir Freire Rodrigues. Recorrido: União Gaúcha dos Professores Técnicos. Relator: Min. Paulo de Tarso Sanseverino. Brasília, 18 out. 2012. DJe 22 out. 2012.)

No TJRS, a questão é enfrentada desde 2006: a pesquisa com a palavra "superendividamento" resulta em 471 decisões, sendo que a maioria delas trata da preservação do mínimo existencial. O aresto abaixo é o primeiro resultante da pesquisa realizada:

APELAÇÃO CÍVEL. SERVIDOR PÚBLICO ESTADUAL. DESCONTO EM FOLHA DE PAGAMENTO. LIMITAÇÃO. SUPERENDIVIDAMENTO. PRESERVAÇÃO DO MÍNIMO EXISTENCIAL. Pedido formulado por servidora pública de cancelamento dos descontos em folha de pagamento das parcelas relativas a empréstimos intermediados por associação de classe. Revisão da posição do relator, diante do novo entendimento jurisprudencial majoritário do 2º Grupo Cível, reconhecendo a validade da cláusula de autorização dos descontos direto em folha de pagamento, mas limitando a sua eficácia ao percentual máximo de 30% sobre os vencimentos brutos do servidor. Preservação do mínimo existencial, evitando que o superendividamento coloque em risco a subsistência do servidor e de sua família, ferindo o princípio da dignidade da pessoa humana. Doutrina e jurisprudência. SENTENÇA REFORMADA. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO. (RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70015093818. Apelante: João Erocy Machado de Souza. Apelado: Estado do Rio Grande do Sul. Relator: Paulo de Tarso Vieira Sanseverino. Porto Alegre, 06 jul. 2006. DJ 28 ago. 2006.)

⁴⁶² BRASIL. Projeto de Lei do Senado n. 283 de 2012. *Planalto*. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/diarios/BuscaDiario?tipDiario=1&datDiario=29/10/2015&paginaDireta=00272>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

credores e o consumidor para elaboração de um plano de pagamento).⁴⁶³

BENJAMIN e MARQUES destacam os objetivos da atualização do CDC no tocante ao crédito ao consumidor: “informação plena para uma autonomia mais racional e refletida do consumidor e práticas de crédito responsável pelos fornecedores e intermediários do crédito”.⁴⁶⁴

Já no artigo 4º do CDC que dita seus princípios, insere os incisos IX e X: o fomento de ações visando à educação financeira e ambiental dos consumidores e prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor. Dessa forma, a educação financeira, a prevenção e o tratamento do superendividamento passam a ser princípio da lei consumerista.

No artigo 5º, que trata das formas de execução da Política Nacional das Relações de Consumo, insere os incisos VI e VII: instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa natural, bem como de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento.

De forma exemplar, no artigo 6º, que estabelece os direitos básicos do consumidor, insere o crédito responsável, a educação financeira e a garantia do mínimo existencial, nos incisos XI e XII:

XI – a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e repactuação da dívida, entre outras medidas;

XII – a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito;

O Projeto insere um capítulo destinado a tratar exclusivamente do superendividamento: o Capítulo VI-A, com o título “Da prevenção e do tratamento do superendividamento”. Detalha deveres de informações ao fornecedor. Em busca da proteção do consentimento refletido e racional do consumidor, analisar-se-á as normativas inseridas no PLS, atinentes aos três momentos analisados no capítulo anterior, em que se examinou as normas vigentes: publicidade, oferta e prazo de reflexão.

O Capítulo é aberto com o artigo 54-A, que preconiza: “Este Capítulo tem a finalidade

⁴⁶³ BENJAMIN, Antonio Herman; MARQUES, Claudia Lima. Extrato do Relatório-Geral da Comissão de Juristas do Senado Federal para Atualização do Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 92, p. 303-365, mar.-abr./2014. p. 32.

⁴⁶⁴ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima. Extrato do Relatório-Geral da Comissão de Juristas do Senado Federal para Atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 92, p. 303-365, mar.-abr./2014. p. 26.

de prevenir o superendividamento da pessoa natural e de dispor sobre o crédito responsável e sobre a educação financeira do consumidor”.

O artigo 54-B⁴⁶⁵ trata do dever de informação, e insere a obrigatoriedade de que essas informações sejam repassadas na oferta do crédito. A obrigatoriedade de informação prévia e adequada na oferta e por meio do contrato trata-se de inovação, pois atualmente não há exigência expressa com relação à oferta. Apesar de se entender que atualmente o CDC impõe esse dever no artigo 52, através da expressão “informação prévia”, a inclusão da expressão no “momento da oferta” trata-se de uma alteração importante. A inovação significa uma mudança de paradigma no sentido de privilegiar a possibilidade de reflexão do consumidor com relação à tomada do crédito, o que é de grande importância, pois, como refere Marques, “crédito consciente e responsável só pode ser concedido com tempo e reflexão”⁴⁶⁶.

O mesmo artigo 54-B detalha o dever de informação, estipulando a obrigatoriedade de apresentar ao consumidor na oferta e no contrato: custo efetivo total e elementos que compõem o crédito; taxa efetiva mensal de juros, taxa dos juros de mora e o total de encargos de qualquer natureza pelo atraso no pagamento; o montante das prestações e a validade da oferta que deve ser de no mínimo dois dias; dados do fornecedor; o direito do consumidor à liquidação antecipada do débito.

E nesse detalhamento vê-se uma outra novidade relacionada à oferta: a estipulação do prazo mínimo de dois dias. Calixto refere que é um período em que o consumidor poderá refletir sobre os benefícios da tomada do crédito, sem se preocupar com a possibilidade de o fornecedor voltar atrás, até, pelo menos, o esgotamento do prazo.⁴⁶⁷

⁴⁶⁵ Art. 54-B. No fornecimento de crédito e na venda a prazo, além das informações obrigatórias previstas no art. 52 e na legislação aplicável à matéria, o fornecedor ou o intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, no momento da oferta, sobre:

I – o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem;
 II – a taxa efetiva mensal de juros, bem como a taxa dos juros de mora e o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento;
 III – o montante das prestações e o prazo de validade da oferta, que deve ser no mínimo de 2 (dois) dias;
 IV – o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor;
 V – o direito do consumidor à liquidação antecipada e não onerosa do débito.

§ 1º As informações referidas no art. 52 e no caput deste artigo devem constar de forma clara e resumida no próprio contrato, na fatura ou em instrumento apartado, de fácil acesso ao consumidor.

§ 2º Para efeitos deste Código, o custo efetivo total da operação de crédito ao consumidor consistirá em taxa percentual anual e compreenderá todos os valores cobrados do consumidor, sem prejuízo do cálculo padronizado pela autoridade reguladora do sistema financeiro.

§ 3º Sem prejuízo do disposto no art. 37, a oferta de crédito ao consumidor e a de venda a prazo, ou a fatura mensal, a depender do caso, deve indicar, no mínimo, o custo efetivo total, o agente financiador e a soma total a pagar, com e sem financiamento.

⁴⁶⁶ MARQUES, Cláudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010. p. 11.

⁴⁶⁷ CALIXTO, Marcelo Junqueira. A reforma do CDC no tocante ao consumidor superendividado: primeiras

A redação do artigo – para ensejar verdadeira garantia da reflexão do consumidor – poderia imputar um prazo mínimo de entrega da oferta ao consumidor antes da contratação. Todavia, não é essa a interpretação que se extrai, pois poderá ainda o consumidor chegar à instituição financeira e sair de lá com seu crédito, sem ter tido tempo suficiente de reflexão. Essa constatação já foi feita no direito francês, no qual a oferta escrita deve ser mantida pelo prazo de 15 dias, consistindo em um prazo de reflexão. Na prática, esse prazo não é cumprido e foi suprimido, “já que a lei não proíbe a aceitação da oferta no momento da sua emissão e os fornecedores aproveitam esta brecha para adiantar a conclusão do contrato, obtendo a adesão imediata do consumidor”⁴⁶⁸.

No §1º do artigo 54-B, determina que tais informações devem constar de forma clara e resumida no próprio contrato ou em instrumento apartado, de fácil acesso ao consumidor. Originalmente, o projeto determinava ao fornecedor que apresentasse todos esses detalhes em um quadro de forma resumida, no início do instrumento contratual, mas essa exigência não foi mantida.⁴⁶⁹ Certamente, esse resumo auxiliaria na proteção do consumidor, na esteira do que refere CALIXTO: “Sabe-se que a dinâmica da vida moderna nem sempre permite uma leitura atenta, por parte do consumidor, de todo instrumento contratual, em especial quando este é considerado extenso”⁴⁷⁰. Além disso, o destaque em um quadro, chamaria a atenção do consumidor às informações essenciais à contratação, e isso auxiliaria a formação de seu consentimento.

O artigo 54-C⁴⁷¹ acrescenta regulação da oferta de crédito que se mostra de extrema importância. O artigo veda expressamente a oferta de crédito, por exemplo, que faça

impressões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p. 273-309, maio-jun./2013. p. 9.

⁴⁶⁸ LIMA, Clarissa Costa. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./2010. p. 8.

⁴⁶⁹ Veja o projeto como foi apresentado no site do Senado Federal . Disponível em <http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>. Acesso em 16 nov. 2015.

⁴⁷⁰ CALIXTO, Marcelo Junqueira. A reforma do CDC no tocante ao consumidor superendividado: primeiras impressões. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 87, p.273-309, mai-jun/2013.p.9.

⁴⁷¹ Art. 54-C. É vedado, expressa ou implicitamente, na 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.

referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, com “taxa zero”⁴⁷², ou ainda que indique que a operação poderá ser concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito. O artigo também veda o assédio ao consumo. Tais práticas não podem ser consideradas de acordo com os ditames impostos pela boa-fé objetiva, nem tampouco com o patamar de concessão responsável do crédito.⁴⁷³

O artigo 54-D, por guardar estreita relação com o que se estudou até aqui, será transcrito no corpo do trabalho. Eis o inteiro teor da norma:

Art. 54-D. Na oferta de crédito, previamente à contratação, o fornecedor ou intermediário deve, entre outras condutas:

I – informar e esclarecer adequadamente o consumidor considerando sua idade, saúde, conhecimento e condição social, sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, informando todos os custos incidentes, observado o disposto no art. 52 e no art. 54-B, e sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento;

II – avaliar a capacidade e as condições do consumidor de pagar a dívida contratada, mediante solicitação da documentação necessária e das informações disponíveis em bancos de dados de proteção ao crédito, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados;

III – informar a identidade do agente financiador e entregar ao consumidor, ao garante e a outros coobrigados uma cópia do contrato de crédito.

Parágrafo único. O descumprimento de qualquer dos deveres previstos no *caput* deste artigo, no art. 52 e no art. 54-C, poderá acarretar judicialmente a inexigibilidade ou a redução dos juros, encargos, ou qualquer acréscimo ao principal, a dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original, conforme a gravidade da conduta do fornecedor e as possibilidades financeiras do consumidor, sem prejuízo de outras sanções e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ao consumidor.

O inciso I fala expressamente do dever de informar e esclarecer. Traz importante inovação no sentido de positivar o dever do fornecedor considerar as condições subjetivas do consumidor (idade, saúde, condição social) ao passar as informações acerca do crédito.

Originalmente, o inciso foi redigido com os verbos “esclarecer, aconselhar e advertir”. Todavia, ainda assim, acredita-se que os deveres de aconselhamento e advertência permanecem, em previsões como: dever de informar sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento (inciso I) e de avaliar a capacidade de pagamento do consumidor (inciso II).

O inciso II impõe o dever de avaliação pelo fornecedor da situação financeira do consumidor. Segundo Calixto, deverá, até mesmo, em alguns casos negar o crédito solicitado,

⁴⁷² O regramento visa acabar com a corriqueira prática dos bancos de oferecer crédito gratuito, o que configura flagrante publicidade enganosa, pois é sabido que o fornecedor de crédito embute os riscos próprios do inadimplemento, sendo que não existe crédito sem custo para o consumidor. (CALIXTO, Marcelo Junqueira. A reforma do CDC no tocante ao consumidor superendividado: primeiras impressões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p. 273-309, mai-jun/2013. p. 10.)

⁴⁷³ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima. Extrato do Relatório-Geral da Comissão de Juristas do Senado Federal para Atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 92, p. 303-365, mar.-abr./2014. p. 19.

sendo que “a negativa poderá ser fundamentada na necessidade de preservação do mínimo existencial do consumidor e na manutenção de sua dignidade”.⁴⁷⁴

E mais: o inciso III obriga expressamente a entrega ao consumidor de uma cópia do contrato. Na sistemática atual, a obrigação decorre da leitura conjunta dos artigos 52 e 46 do CDC. Torná-la expressa certamente ajudará para que o cumprimento seja mais efetivo.

Esses incisos expressam a lógica inserida pelo Projeto, pois deflagram o reconhecimento da racionalidade limitada dos consumidores ao tomar da decisão de contratar o crédito. A ideia aqui é a do crédito responsável (responsabilidade do fornecedor) e não do empréstimo responsável (responsabilidade do consumidor pelo superendividamento excessivo).⁴⁷⁵

Uma das grandes e tão necessárias inovações do Projeto vem no parágrafo único do artigo 54-D, que prevê, como sanção pelo descumprimento a esses deveres (e mais os previstos no artigo 52 do CDC e 54-C), a possibilidade de inexigibilidade ou redução de juros do contrato. Essa sanção – a exemplo do direito francês⁴⁷⁶ – se mostra muito eficiente, pois o fornecedor correrá o risco de perder a lucratividade do negócio. A eficácia da norma, dependerá, todavia, de um esforço da jurisprudência no sentido de aplicar com rigor, tendo em vista que o próprio artigo deixa a possibilidade em aberto a situação, pois fala em “inexigibilidade ou redução”, e, ainda, dá outras opções como a dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original.

Em sua versão original, o §1º do artigo 54-C (que hoje é o 54-D), de forma muito importante, imputava expressamente o ônus da prova do cumprimento do dever de informar ao fornecedor. A redação era a seguinte: “A prova do cumprimento dos deveres previstos neste Código incumbe ao fornecedor e ao intermediário do crédito”. Todavia, tal dispositivo não mais persiste no Projeto de Lei. Certamente, essa medida daria muito mais efetividade à proteção do consumidor⁴⁷⁷, através do cumprimento do dever de informar imposto às instituições financeiras.⁴⁷⁸ Veja que para o fornecedor é muito mais viável provar que cumpriu com seu dever de informar. Aliás, é quase impossível ao consumidor ter que provar que não

⁴⁷⁴ CALIXTO, Marcelo Junqueira. A reforma do CDC no tocante ao consumidor superendividado: primeiras impressões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p. 273-309, maio-jun./2013. p. 12.

⁴⁷⁵ CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Confiança no futuro: desconstruindo quatro mitos no tratamento do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 425-449, jul.-ago./2015. p. 10.

⁴⁷⁶ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: A Proteção do Consumidor em Direito Comparado Brasileiro e Francês*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.p. 59-60.

⁴⁷⁷ Veja decisão da Corte de Cassação no sentido de presumir que o consumidor carece de informações, cabendo ao banco provar que cumpriu seu dever de advertência (Cass. Civ. 1.ª, 30.10.2007: Apelação 05-16117). (GALLET, J. L. A proteção do consumidor na jurisprudência da Corte de Cassação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p.13-30, maio-jun./2013. p. 5.

⁴⁷⁸ LORENZETTI, Ricardo Luiz. *Consumidores*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2003. p. 171.

foi informado. Paisant ensina, de forma muito elucidativa, que na França a carga da prova é imputada ao fornecedor e, mais, que a simples inclusão de cláusula no contrato (lembre-se, de adesão) em que o consumidor declara ter sido devidamente informado não é admitida como prova:

Incumbe al prestamista la prueba del cumplimiento de dicho deber. Y, al respecto, cabe destacar que nuestra Comisión de las cláusulas abusivas, en uno de sus últimos dictámenes, ha considerado como abusiva la cláusula del contrato de crédito por la cual el consumidor admitía haber recibido “las explicaciones necesarias sobre las características del crédito que se ajustaba a sus necesidades”. En efecto, la Comisión considera que este tipo de estipulación, incluida de modo impersonal en las condiciones generales de un contrato de adhesión, no permitía comprobar el carácter personalizado de las explicaciones facilitadas.⁴⁷⁹

Ao consumidor não pode ser imputado o ônus de provar que não foi informado. Trata-se de prova negativa, impossível de ser realizada. É a instituição financeira quem deve provar que cumpriu com seu dever de informar. Nesse sentido, julgado das Turmas Recursais do Rio Grande do Sul, que, em contrato de cartão de crédito, entendeu que cabia à instituição financeira provar a regularidade da contratação, consignando: “É ônus que lhe compete independente da inversão do ônus da prova, pois não se pode exigir do autor prova negativa, qual seja, a inexistência do contrato”⁴⁸⁰.

Por fim, no que se refere ao prazo de reflexão, outra inovação importante é inserida pelo PLS 283/2012, no artigo 54-E, §2º, prevendo: “O consumidor poderá desistir da contratação de crédito consignado de que trata o caput deste artigo no prazo de 7 (sete) dias a contar da data da celebração do contrato ou do recebimento da respectiva cópia, sem necessidade de indicar o motivo”. Dessa forma, o Projeto insere o direito de arrependimento nos contratos de crédito consignado, sem incluir a obrigatoriedade de que sejam firmados fora

⁴⁷⁹ PAISANT, Gilles. Buena fe, crédito y sobreendeudamiento: el caso francés. *Revista de Derecho do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 195-204, jul.-ago./2015. p. 4.

⁴⁸⁰ RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. COBRANÇA. CARTÃO DE CRÉDITO NÃO CONTRATADO. AUSÊNCIA DE PROVA DA CONTRATAÇÃO. ÔNUS DA REQUERIDA. INSCRIÇÃO INDEVIDA. DANO MORAL IN RE IPSA. QUANTUM MAJORADO. O autor negou ter contratado o cartão de crédito que lhe foi disponibilizado pelo banco réu. Afirmou nunca tê-lo usado, nem mesmo desbloqueado. A partir disso, cabia ao réu demonstrar a regularidade da contratação. É ônus que lhe compete independente da inversão do ônus da prova, pois não se pode exigir do autor prova negativa, qual seja, a inexistência do contrato. Ônus não desincumbido pelo requerido. Ausente comprovação da regularidade dos débitos, a cobrança e a inscrição no cadastro de inadimplentes tornam-se agir ilícito que configura o dever de indenizar. Dano moral in re ipsa. Quantum indenizatório fixado (R\$ 4.000,00) que comporta majoração para R\$ 7.500,00 para fins de adequação ao caso concreto. Tratando-se de responsabilidade extracontratual, os juros moratórios devem incidir da data do evento danoso. Inteligência da Súmula 54 do STJ. Sentença parcialmente reformada. RECURSO PROVIDO. (RIO GRANDE DO SUL. Turmas Recursais. Recurso Cível N. 71005814298. Recorrente: Inacio Henker. Recorrido: Banco Itaucard S.A. Relator: Ana Cláudia Cachapuz Silva Raabe. Porto Alegre, 18 nov. 2015. DJ 20 nov. 2015.)

do estabelecimento comercial do fornecedor (como o sistema atual do artigo 49 do CDC). Assim, com relação aos contratos de créditos consignados, o direito de arrependimento poderá ser exercido em qualquer caso.

A previsão traz à tona outro avanço verificado no Projeto: a proteção dos hipervulneráveis. Isso porque os idosos são os maiores alvos dos contratos de crédito consignados.

Questão que já vem sendo motivo de debate há tempos é a submissão do consumidor idoso, por exemplo, à tomada de crédito desenfreado, havendo instituições financeiras próprias para conceder crédito para aposentados, o que está criando uma situação generalizada de superendividamento entre a classe. Schmitt constata o problema destacando as estatísticas que demonstram o crescimento alarmante de contratações de crédito com consumidores idosos, desencadeando um processo de superendividamento intenso.⁴⁸¹ A jurisprudência já é sensível ao problema.⁴⁸²

⁴⁸¹ SCHMITT, Cristiano Heineck. A 'hipervulnerabilidade' do consumidor idoso. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 70, p. 139-171, abr.-jun./2009.

⁴⁸² APELAÇÃO CÍVEL. NEGÓCIOS JURÍDICOS BANCÁRIOS. AÇÃO DE ANULAÇÃO DE CONTRATO. EMPRÉSTIMO CONSIGNADO, OFERECIDO NA RESIDÊNCIA DE IDOSO, MEDIANTE PROMESSA DE VANTAGEM FINANCEIRA INEXISTENTE. DOLO CARACTERIZADO. ABUSIVIDADE NA CONDUTA DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. ART. 39, INC. IV, DO CDC C/C ART. 171, INC. II, DO CC. Narrativa verossímil da inicial, especialmente ante as circunstâncias que envolveram o negócio jurídico realizado, que confortam a alegação de que o autor, induzido dolosamente por preposto réu, foi convencido a aderir ao contrato, mediante falsa promessa de vantagem financeira. Notória a ocorrência de inúmeros casos de fraude contra aposentados, envolvendo oferta a domicílio de produtos e serviços bancários, mediante promessa de benefício econômico, nos quais as vítimas são, em sua grande maioria, pessoas idosas, doentes e com pouca instrução, vulneráveis a esse tipo conduta. Elementos de convicção carreados aos autos que permitem concluir que o autor jamais contrataria um empréstimo, em valor expressivo, se tivesse ciência, mínima que fosse, de que esse negócio, além de não lhe render qualquer remuneração, se traduz em forte perda financeira. Conduta ilícita e abusiva que gera a nulidade do contrato. HONORÁRIOS. CRITÉRIO. VALOR. Os honorários devem ser fixados nos moldes do §4º do art. 20 do CPC, sopesadas as moderadoras das alíneas "a", "b" e "c" do §3º do referido diploma legal. Reduzidos os honorários arbitrados, para adequá-los às peculiaridades do caso concreto. DERAM PARCIAL PROVIMENTO AO RECURSO. UNÂNIME. (RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70054328000. Apelante: Wenceslau Virgílio Cardoso Leães. Apelado: Banco Bradesco Financiamento S/A. Relator: Pedro Celso Dal Pra. Porto Alegre, 20 jun. 2013. DJ 25 jun. 2013.) ADMINISTRATIVO. RESPONSABILIDADE CIVIL. CEF. "VENDA CASADA" DE SEGURO SASSE. BENEFICIÁRIO DO PIS IDOSO E ANALFABETO. VULNERABILIDADE E DANO MORAL CONFIGURADOS. 1. Beneficiário do PIS compelido pela CEF a contratar seguro, como condição para levantamento de suas cotas. Prática denominada "venda casada", vedada pelo CDC. 2. Vulnerabilidade do idoso frente à superioridade econômica da instituição financeira. 3. Não se trata de mero transtorno cotidiano com a instituição bancária, mas sério aborrecimento, que obrigou o beneficiário a recorrer ao Judiciário como forma de solucionar o conflito. Dano moral configurado. 4. Recurso a que se dá provimento, para reformar parcialmente a sentença de primeiro grau, para incluir a condenação pelos danos morais experimentados, no valor de R\$ 5.000,00. (RIO DE JANEIRO. Tribunal Regional Federal da 2ª Região. Apelação Cível N. 200051010058252. Apelante: Lídio Gonçalves da Silva. Apelado: Caixa Econômica Federal. Relator: Salete Maccaloz. Rio de Janeiro, 03 set. 2009. DJ 03 set. 2009.)

AÇÃO CAUTELAR. Liminar que determinou o desconto mensal de parcela do benefício previdenciário da autora. Plausibilidade do direito. Perigo de demora do provimento jurisdicional. Até que se comprove cabalmente que o contrato de financiamento atendeu as regras protetivas do Código de Defesa do Consumidor, à vista da peculiar situação pessoal da autora, idosa e analfabeta, prevalece integralmente a liminar que ordenou a suspensão dos descontos. Recurso não provido. (SÃO PAULO. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento N.

O PLS traz algumas medidas para combater esse problema, e, por consequência, protege o consumidor hipervulnerável. Dentre essas medidas, insere-se a possibilidade do direito de arrependimento no crédito consignado, como acima referido. Ainda, no inciso I do artigo 54-D, como antes referido, que insere o dever do fornecedor considerar as condições subjetivas do consumidor (idade, saúde, condição social) ao passar as informações acerca do crédito; bem como a inclusão no Estatuto do Idoso de dispositivo que refere não ser considerado crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso.⁴⁸³

Diante dessa análise, não há dúvidas de que o PLS 283/2012 avança na proteção do consumidor e seu consentimento refletido e racional no momento da contratação do crédito, por meio de imposição de um dever de informação mais intenso e rigoroso às instituições financeiras.

Através dessas regras inseridas no texto legal, relativas ao dever de informar, verifica-se a grande preocupação com a prevenção do superendividamento, prestigiando e impondo mais rigor ao dever de informar das instituições financeiras.

4.3 Dever de informar como meio de prevenção: alcance e limites

A realidade imposta pelo superendividamento é cruel, atinge a pessoa individualmente e a sociedade como um todo, provocando efeitos nefastos. Medidas de prevenção e tratamento se mostram extremamente importantes e urgentes.

Frente à realidade atual, em que são corriqueiras as condutas de irresponsabilidade das instituições financeiras quando da oferta e disponibilização do crédito, somado ao reduzido rigor que se tem com relação às sanções pelo descumprimento do dever de informar, devem ser buscados meios de alcançar ao consumidor a efetiva proteção.

Em razão do limite imposto por essa pesquisa, o foco é a prevenção, mais precisamente, prevenção do superendividamento através da informação. Assim, analisado o dever de informar no direito brasileiro, e contextualizada a realidade do superendividamento do consumidor, chega o momento de fazer a reflexão: seria possível através da informação

2263150420118260000. Agravante: Banco BMC S/A. Agravado: Maria Inácio de Almeida. Relator: Francisco Loureiro. São Paulo, 20 out. 2011. Disponível em: <<http://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/getArquivo.do?cdAcordao=5490021&v1Captcha=dDXAP>> Acesso em: 04 ago. 2013.)

⁴⁸³ Art. 2º do Anteprojeto de Alteração do CDC. O art. 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), passa a vigorar acrescido do § 3º, com a seguinte redação:

“Art. 96 § 3º Não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso. (NR)”. (BRASIL. Projeto de Lei do Senado n. 283 de 2012. *Planalto*. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/diarios/BuscaDiario?tipDiario=1&datDiario=29/10/2015&paginaDireta=00272>>. Acesso em: 16 nov. 2015.)

prevenir o superendividamento?

Em princípio, a primeira conclusão é de que a prevenção do superendividamento através do cumprimento dos deveres de informação é possível.

Todavia, diante do resultado da pesquisa empírica feita na Universidade Federal do Rio Grande do Sul aqui apresentado, que identificou que a maioria dos casos de superendividamento tem causa em acidentes da vida (superendividamento passivo), essa conclusão deve ser relativizada.

A respeito, Lima esclarece

Não podemos desconsiderar que os “acidentes da vida” desafiam os mecanismos de prevenção porque são as situações em que a informação e o aconselhamento não conseguem impedir situações de superendividamento. É o caso de milhares de consumidores que podem ter recebido todas as informações no momento da contratação, mas encontram dificuldades em cumprir suas obrigações contratuais porque são surpreendidos com o desemprego, doença, entre outros eventos imprevistos que abalam seu orçamento.⁴⁸⁴

Há de se admitir, pois, que a eficácia preventiva do dever de informar comporta limites. Como visto, o superendividamento ativo pode se dar por má-fé (consciente), impulso, desorganização ou administração equivocada do orçamento (inconsciente).⁴⁸⁵ Nesse sentido, entende-se possível que o fornecimento de informação adequada ao consumidor no momento da tomada do crédito auxilie na prevenção do superendividamento ativo inconsciente.

O superendividamento passivo é o decorrente de um acidente da vida, como desemprego, doença, divórcio.⁴⁸⁶ Retira completamente a possibilidade de a pessoa honrar com suas obrigações, pois significa uma redução drástica de renda.

Os fatos geralmente são imprevisíveis, como o desemprego. Nesses casos, o cumprimento do dever de informar do fornecedor de crédito não será suficiente para evitar o superendividamento do consumidor.

Nesse sentido, é de se referir que a regulação do superendividamento não pode abranger apenas possíveis formas de prevenção. Com essa visão, o consumidor ficaria desamparado frente aos acidentes da vida. Miragem e Lima ressaltam:

Quando os instrumentos de prevenção não são suficientes para evitar que o superendividamento se instale, faz-se necessária a aprovação de um sistema que

⁴⁸⁴ LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014. p.53.

⁴⁸⁵ LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 206. p. 195-205.

⁴⁸⁶ FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 227-242, abr.-jun./2010. p. 8.

permita o seu tratamento de modo a evitar e exclusão social do superendividado bem como os demais efeitos negativos que repercutem na família.⁴⁸⁷

Por isso, uma luta eficaz contra o superendividamento deve abranger métodos de prevenção e tratamento, pois haverá hipóteses que fugirão às medidas preventivas. Para se evitar a exclusão social do superendividado, e auxiliar na sua reabilitação, reinclusão, o tratamento será necessário.

Dados os limites impostos a essa pesquisa, não serão aprofundados os métodos de tratamento do superendividamento⁴⁸⁸, cabendo aqui reconhecer que o dever de informar não comportará a solução para todos os problemas.

Todavia, a importância do dever de informação é reconhecida e se mostra eficaz à prevenção do superendividamento ativo. Diante do estudado, a prevenção através da informação será possível, e, nessa tarefa, destacam-se duas diretrizes que devem ser avaliadas: o alcance do consentimento efetivamente refletido e racional do consumidor e a cultura do crédito responsável através do rigor na exigência do cumprimento do dever de informar.

O consentimento efetivamente refletido e racional do consumidor é um dos pressupostos básicos para que se alcance a prevenção de danos. A informação é meio de reduzir os riscos e incertezas inerentes à decisão de contratar um crédito e permite que o consumidor faça uma escolha refletida e racional.⁴⁸⁹

Como visto, a racionalidade limitada do consumidor é um obstáculo que torna a proteção menos eficaz, para pensar na prevenção do superendividamento através dos deveres de informação ora analisados: por se tratar de contrato, em que o consentimento é pressuposto, quando não tiver conhecimento pleno sobre a contratação, esse consentimento fica prejudicado. Segundo Marques, “somente a vontade racional, a vontade realmente livre (autônoma) e informada, legítima, isto é, tem o poder de ditar a formação e, por consequência, os efeitos dos contratos”⁴⁹⁰.

É certo que os agentes econômicos – inclusive os consumidores, como tais – são racionais. Todavia, o problema reside no fato de que esta racionalidade do consumidor é

⁴⁸⁷ MIRAGEM, Bruno; LIMA, Clarissa Costa de. Patrimônio, contrato e a proteção constitucional da família: estudo sobre as repercussões do superendividamento sobre as relações familiares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 91, p. 85-116, jan.-fev./2014. p. 15.

⁴⁸⁸ Para um estudo sobre o tema: LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomendar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

⁴⁸⁹ LIMA, Clarissa Costa. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./2010. p. 4.

⁴⁹⁰ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 743.

moldada pela informação disponível, pelo conhecimento assimilado⁴⁹¹, pelas influências psicológicas ou emocionais que sofre no momento de contratar o crédito⁴⁹². Logo, se a informação disponível é errônea, indutiva ou incompleta, a racionalidade será limitada.⁴⁹³ Assim, se forem alcançadas ao consumidor informações adequadas, a racionalidade alcançada pelo consumidor será capaz de levá-lo a uma decisão consciente e refletida.

Ainda, de acordo com o estudo de Kilborn, indivíduos tendem a ser demasiadamente otimistas e confiantes no que diz respeito a sua própria suscetibilidade ao risco. Registre-se a posição do autor, para quem a informação somente ajudará os consumidores se eles forem capazes de usá-la, avaliando o risco de forma adequada.⁴⁹⁴

Oliveira e Castro, também nesse sentido, avaliam que a percepção da probabilidade de risco no processo de tomada de decisão humana é reduzida, a tendência é acreditar que eventual evento negativo não acontecerá. Assim, referem que o “ser humano é sistematicamente superotimista”.⁴⁹⁵

Com base em estudo de economia comportamental, os autores observam que a mera disponibilização de informações genéricas aos indivíduos, não garante que eles farão melhores escolhas. Deve-se, pois, disponibilizar informações individualizadas, adequadas à situação concreta daquele consumidor, para realmente auxiliá-lo na tomada de uma decisão acertada.⁴⁹⁶

Diante dessas constatações, a premissa que deve ser seguida para pensar em medidas de prevenção do superendividamento é a racionalidade limitada do consumidor, priorizando a ideia de crédito responsável.⁴⁹⁷

Por isso, o dever de informação em todas as suas dimensões aqui estudadas é capaz de

⁴⁹¹ SILVA NETO, Orlando Celso da. 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*, vol. 98, p. 15-35, mar - abr/ 2015.p.3.

⁴⁹² LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014. p.54.

⁴⁹³ SILVA NETO, Orlando Celso da. 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, v. 98, p. 15-35, mar.-abr./2015. p. 3.

⁴⁹⁴ KILBORN, Jason J. Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor: buscando as causas e avaliando soluções. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 73 e 79.

⁴⁹⁵ OLIVEIRA, Amanda Flávio de; CASTRO, Bruno Braz de. Proteção do Consumidor de Crédito: uma abordagem a partir da economia comportamental. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 93, p. 231 – 249, Mai - Jun/2014. p.488.

⁴⁹⁶ OLIVEIRA, Amanda Flávio de; CASTRO, Bruno Braz de. Proteção do Consumidor de Crédito: uma abordagem a partir da economia comportamental. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 93, p. 231 – 249, Mai - Jun/2014.

⁴⁹⁷ CAVALLAZZI, Rosangela Lunardelli. Confiança no futuro: desconstruindo quatro mitos no tratamento do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 100, p. 425-449, jul-ago/2015. p.10.

auxiliar a prevenção do superendividamento.

Como se estudou até aqui, o ordenamento jurídico brasileiro impõe um formalismo informativo ao fornecedor de crédito, consubstanciado nos artigos 46, 52 e 54 do CDC, podendo ainda extrair-se da boa-fé objetiva outros deveres, que englobam os deveres de esclarecimento, conselho e advertência.

Mas, em não conseguindo tomar uma decisão racional (pela falta de informações adequadas) e não conseguindo antever riscos (pelo otimismo demasiado), o consumidor pode ser vítima do superendividamento.

Em conclusão: se bem informado e esclarecido, o consumidor poderá decidir de forma racional e, se advertido e aconselhado, o que inclui a avaliação da capacidade de pagamento, como visto, o consumidor poderá ter desconstruído – ao menos em parte – o seu otimismo demasiado.

É de se registrar que imputar o dever de informar ao fornecedor é economicamente mais eficiente, tendo em vista que é ele que tem a informação. Por outro lado, para o consumidor, adquirir essa informação por seus próprios meios é muito mais custoso (teria que contratar profissionais para isso).

Os consumidores não podem neutralizar com recursos próprios a assimetria da informação. Lorenzetti ressalta: “es razonable imponer esas cargas al banco que puede atenderlas a un costo sensiblemente menor y disfundirlas adecuadamente”⁴⁹⁸.

Aliás, o custo da instituição financeira para o cumprimento desse dever é baixo, tendo em vista que o fornecedor já tem a experiência necessária para prestar a informação. Ele que tem o conhecimento de todas as peculiaridades da contratação e de quais são suas consequências prováveis. Assim, o dever de informação é um dever de baixo custo econômico efetivo.⁴⁹⁹

A cultura do crédito responsável através do rigor na exigência do cumprimento do dever de informar é outra necessidade que se observa na realidade brasileira.

Sempre deve ser considerado que, em razão das consequências negativas que podem ser geradas pela concessão do crédito, os momentos que antecedem essa contratação são especialmente sensíveis, de modo que devem ser buscados meios de garantir a efetiva proteção nos contratos de crédito. Sanções mais severas às instituições financeiras que violam o dever de informar podem ser um desses meios.

⁴⁹⁸ LORENZETTI, Ricardo Luiz. *La emergencia económica y los contratos*. 2. ed. amp. e atual. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2002. p. 337.

⁴⁹⁹ LORENZETTI, Ricardo Luiz. *Consumidores*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2003. p. 172.

Dessa forma, um viés do efeito de prevenção do superendividamento ao qual se quer chamar a atenção aqui é justamente o de que o fornecedor de crédito deve sofrer consequências (e consequências rígidas) pela concessão irresponsável e por suas consequências negativas. Um esforço da jurisprudência seria necessário nesse sentido. A prevenção aqui ocorre, porque “assumindo que o fornecedor pode ser responsabilizado, pode-se também concluir que não haverá tal imputação se a concessão se der de forma responsável”⁵⁰⁰.

Dentre as possibilidades de sanção, pode-se ressaltar a nulidade do contrato e indenização por perdas e danos. Todavia, destaca-se aqui a sanção considerada “mais original” e mais eficiente: a perda dos juros do contrato.⁵⁰¹ Para ilustrar essas possibilidades de sanção, destaca-se decisões exemplares da jurisprudência pátria:

O TJRGS, com base no artigo 171, II, do Código Civil⁵⁰² e 39, IV, do CDC⁵⁰³, anulou um contrato de empréstimo consignado em razão do reconhecimento de dolo, em razão de oferta a domicílio oferta a domicílio, mediante promessa de benefício econômico. Referiu que as evidências do caso permitiam concluir que o autor não contrataria se tivesse ciência das reais condições daquela negociação. Consignou tratar-se de “conduta ilícita e abusiva que gera a nulidade do contrato”⁵⁰⁴.

⁵⁰⁰ SILVA NETO, Orlando Celso da. 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, v. 98, p. 15-35, mar.-abr/2015. p. 5.

⁵⁰¹ LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 85.

⁵⁰² Art. 171. Além dos casos expressamente declarados na lei, é anulável o negócio jurídico: II - por vício resultante de erro, dolo, coação, estado de perigo, lesão ou fraude contra credores.

⁵⁰³ Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços

⁵⁰⁴ Veja a ementa: APELAÇÃO CÍVEL. NEGÓCIOS JURÍDICOS BANCÁRIOS. AÇÃO DE ANULAÇÃO DE CONTRATO. EMPRÉSTIMO CONSIGNADO, OFERECIDO NA RESIDÊNCIA DE IDOSO, MEDIANTE PROMESSA DE VANTAGEM FINANCEIRA INEXISTENTE. DOLO CARACTERIZADO. ABUSIVIDADE NA CONDUTA DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. ART. 39, INC. IV, DO CDC C/C ART. 171, INC. II, DO CC. Narrativa verossímil da inicial, especialmente ante as circunstâncias que envolveram o negócio jurídico realizado, que confortam a alegação de que o autor, induzido dolosamente por preposto réu, foi convencido a aderir ao contrato, mediante falsa promessa de vantagem financeira. Notória a ocorrência de inúmeros casos de fraude contra aposentados, envolvendo oferta a domicílio de produtos e serviços bancários, mediante promessa de benefício econômico, nos quais as vítimas são, em sua grande maioria, pessoas idosas, doentes e com pouca instrução, vulneráveis a esse tipo conduta. Elementos de convicção carreados aos autos que permitem concluir que o autor jamais contrataria um empréstimo, em valor expressivo, se tivesse ciência, mínima que fosse, de que esse negócio, além de não lhe render qualquer remuneração, se traduz em forte perda financeira. Conduta ilícita e abusiva que gera a nulidade do contrato. HONORÁRIOS. CRITÉRIO. VALOR. Os honorários devem ser fixados nos moldes do §4º do art. 20 do CPC, sopesadas as moderadoras das alíneas "a", "b" e "c" do §3º do referido diploma legal. Reduzidos os honorários arbitrados, para adequá-los às peculiaridades do caso concreto. DERAM PARCIAL PROVIMENTO AO RECURSO. UNÂNIME. (grifo nosso)

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação N. 70054328000. Apelante: Wenceslau Virgilio Cardoso Leães. Apelado: Banco Bradesco Financiamento S/A. Relator: Pedro Celso Dal Pra. Porto Alegre, 20 de junho de 2013. Dje 08 abr.2014.

Em outro julgado o TJRJ, anulou um contrato em face da lesão – artigo 157 do Código Civil⁵⁰⁵ – por vislumbrar a conduta de má-fé da instituição bancária que efetuou o empréstimo sem avaliar a condição financeira do consumidor. Constatou do voto: “o desconto consentido pelo consumidor revela sua capacidade volitiva viciada no momento da contratação, porque obtida mediante premente necessidade da parte, a teor do disposto no art. 157 do Código Civil. Em contrapartida, constitui responsabilidade do banco credor avaliar as condições de endividamento de quem vai contrair o empréstimo, devendo assumir os riscos do negócio que não podem ser repassados ao consumidor”⁵⁰⁶.

Decisão recente e inovadora do TJRS anulou contrato de empréstimo e condenou o banco ao pagamento de repetição de indébito dos valores que tinham sido pagos pela consumidora. O caso envolveu uma senhora pensionista de 80 anos, que firmou contratos de empréstimos consignados, cujas parcelas tomaram conta de seus vencimentos. Ela não obteve informações adequadas, e, segundo a decisão, sequer lembrava de ter assinado todos os contratos que seu extrato acusava. O banco, por sua vez, não juntou aos autos os contratos. A Relatora consignou que infringe “dever anexo imposto pela boa-fé objetiva a oferta de crédito, sem uma análise adequada e minuciosa da possibilidade de cumprimento contratual por parte do consumidor, como ocorreu no caso dos autos”⁵⁰⁷.

⁵⁰⁵ Art. 157. Ocorre a lesão quando uma pessoa, sob premente necessidade, ou por inexperiência, se obriga a prestação manifestamente desproporcional ao valor da prestação oposta.

⁵⁰⁶ Veja a ementa: EMPRÉSTIMO - RETENÇÃO DA TOTALIDADE DO SALÁRIO EM CONTA-CORRENTE - IMPOSSIBILIDADE - VERBA DE NATUREZA ALIMENTAR - PONDERAÇÃO - PRINCÍPIO DO MÍNIMO VITAL - PACTA SUNT SERVANDA - RELAÇÃO DE CONSUMO - APLICAÇÃO CONJUNTA DOS ARTS. 4º, I, 51, IV e §1º, III CDC - VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR - ONEROSIDADE EXCESSIVA - DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL - PRÁTICA ABUSIVA - DANOS MORAIS. Agiu com acerto o julgador monocrático ao restringir a retenção de numerário na conta, eis que ponderou corretamente os princípios do pacta sunt servanda e do mínimo existencial. Desconto consentido pelo consumidor não resulta prevalecimento da capacidade volitiva do contratante porquanto viciada. Lesão. Aplicação dos arts. 157 e 478 NCC. Má-fé da instituição que se vale da falta de alternativa e da vulnerabilidade do consumidor. Crédito concedido em limite incompatível com a natureza alimentar dos salários. Tese do superendividamento acolhida pelos Tribunais, aplicável ao caso. Dano moral configurado. Verba indenizatória fixada com ponderação. Negado provimento ao recurso.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Apelação N. 0082113-91.2009.8.19.0001. Apelante: Banco Santander Brasil S.A. Apelado: Conceição Aparecida Rocha Dias. Rio de Janeiro, 02 de junho de 2010. Disponível em <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0003CB30D36FB9B143731F9E666D56D5DD426FC402435651>>. Acesso em 06 dez. 2015.

⁵⁰⁷ Veja a ementa: APELAÇÃO CÍVEL. NEGÓCIOS JURÍDICOS BANCÁRIOS. AÇÃO ANULATÓRIA C/C REVISIONAL DE CONTRATO. SUPERENDIVIDAMENTO. HIPERVULNERABILIDADE. DEVER DE INFORMAÇÃO. DUTY TO MITIGATE THE LOSS. PRINCÍPIO DA COOPERAÇÃO PROCESSUAL. 1. A presença de qualquer uma das facetas da vulnerabilidade na situação de fato (vulnerabilidade informacional, vulnerabilidade técnica, vulnerabilidade jurídica ou científica e vulnerabilidade fática ou socioeconômica) caracteriza o consumidor como hipossuficiente e merecedor da proteção jurídica especial da legislação consumerista. Caso dos autos em que a autora preenche os requisitos de todas as espécies, pois trata-se de pessoa idosa que não recebeu as informações necessárias para realização do contrato com a instituição financeira, de sabidamente grande poderio econômico, configurando-a como hipervulnerável e merecedora de atenção jurídica específica. 2. Resta caracterizado o superendividamento quando a parte autora, pensionista idosa, possui inúmeros empréstimos bancários, dos quais sequer necessita, e que somados minam seus vencimentos ao ponto

Ainda, sob o enfoque da responsabilidade civil, a imposição de responsabilidade pelo descumprimento do dever de informar é uma possibilidade de acordo com a normativa do CDC. Nesse sentido, o TJRJ condenou ao pagamento de danos morais – com base no artigo 14 do CDC - banco que concedeu empréstimo a um consumidor, por ausência de informação adequada, consignando: “A contratação de empréstimo bancário feito por consumidor, na forma de mútuo feneratício, deve ser cercada de cautela, por parte da instituição financeira que proporciona o crédito, de maneira a evidenciar a real taxa de juros e todos os consectários envolvidos na transação, não se podendo admitir a usual prática de embutir tarifas e seguros sem a expressa concordância do consumidor. A inclusão de serviços não contratados configura prática abusiva e ilegal, que deve ser repelida”⁵⁰⁸.

Todavia, tais medidas não se mostram suficientes, tendo em vista que abarcam tão-somente os casos em que – no momento da tomada do crédito – o consumidor já estava em um grau de endividamento elevado. Exclui, por exemplo, os casos em que o consumidor ainda não está endividado, mas, sem ter informações adequadas, contrata um crédito em

de não conseguir mais honrar com todas as dívidas e manter o necessário para a manutenção do seu mínimo existencial. 3. O dever de informação, consubstanciado no esclarecimento do leigo sobre os riscos do crédito e o comprometimento futuro de sua renda, além de um direito do consumidor, é também um dever de cautela do fornecedor de crédito. Em razão do dever de mitigar a própria perda (*duty to mitigate the loss*), desdobramento do princípio fundamental da boa-fé objetiva, que rege todo e qualquer negócio jurídico, é obrigação da parte mutuante evitar a causação ou agravamento do próprio prejuízo 4. A parte demandada, ao não apresentar a análise adequada e minuciosa da possibilidade de cumprimento contratual por parte do consumidor, tampouco o próprio instrumento contratual firmado entre as partes, além da violação material à boa-fé objetiva, também violou processualmente o dever de cooperação entre os sujeitos do processo, princípio regente da relação processual e previsto expressamente no Novo Código de Processo Civil (art. 5º e 6º da Lei nº 13.105/2015). 5. Anulada a avença, retornam as partes ao status quo ante, ensejando repetição em dobro do valor pago indevidamente pelo consumidor, porquanto não demonstrado o engano justificável por parte da instituição ré, devendo tal quantia ser compensada com o valor efetivamente recebido pela parte autora quando da celebração do negócio. APELAÇÃO PROVIDA.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação N. 70066565193. Apelante: Terezinha Franca de Faria Correa. Apelado: Massa Falida do Banco Cruzeiro do Sul. Relator: Ana Paula Dalbosco. Porto Alegre, 24 de novembro de 2015. Dje 30 nov. 2015.

⁵⁰⁸ Veja a ementa: APELAÇÃO CÍVEL. CONSUMIDOR. CONTRATO DE MÚTUA FENERATÍCIO. INSTITUIÇÃO BANCÁRIA. DÉBITO EM CONTA CORRENTE. DESCONTO DA QUASE INTEGRALIDADE DA REMUNERAÇÃO. VERBA ALIMENTÍCIA. IMPOSSIBILIDADE. VIOLAÇÃO AO PRINCÍPIO DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA. VENDA CASADA. IMPOSSIBILIDADE. DEFICIÊNCIA DO DEVER DE INFORMAR. DANO MORAL. CARÁTER PUNITIVO-PEDAGÓGICO. A jurisprudência deste Tribunal e do Superior Tribunal de Justiça vem se firmando no sentido de que não é possível o desconto superior a 30% (trinta por cento) do vencimento líquido do indivíduo para a quitação de empréstimo contraído junto à instituição financeira. afronta ao princípio da dignidade. Superendividamento propiciado pelo credor. afronta à boa-fé objetiva. A contratação de empréstimo bancário feito por consumidor, na forma de mútuo feneratício, deve ser cercada de cautela, por parte da instituição financeira que proporciona o crédito, de maneira a evidenciar a real taxa de juros e todos os consectários envolvidos na transação, não se podendo admitir a usual prática de embutir tarifas e seguros sem a expressa concordância do consumidor. A inclusão de serviços não contratados configura prática abusiva e ilegal, que deve ser repelida. O caráter punitivo-pedagógico do dano moral deve ser analisado sob a égide da razoabilidade. Conhecimento dos recursos para dar provimento parcial ao primeiro e negar provimento ao segundo.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 0307519-33.2009.8.19.0001. Apelante/apelado: Cecília Maria da Glória Silva Oliveira. Apelante/apelado: Banco Santander Brasil S.A. Relatora: Lucia Maria Miguel da Silva Lima. Rio de Janeiro, 19 abr. 2011.

condições muito desvantajosas. Nesse caso, a informação adequada, em seus três níveis – esclarecimento, advertência e conselho - é essencial e capaz de prevenir futuras situações de endividamento excessivo.

Para tanto a sanção de perda de juros seria mais eficiente, pois a ausência das informações exigidas já torna possível a aplicação da sanção. Essa possibilidade é expressa na legislação francesa, como visto, é medida de forte impacto na atividade bancária e, portanto, mostra-se eficiente no combate ao superendividamento. Nesse caso, o crédito seria gratuito ao consumidor.⁵⁰⁹

No direito brasileiro, como visto, a perda dos juros seria possível (através da interpretação conjunta dos artigos 52 e 46 do CDC), mas não é aplicada. Essa medida poderia ser de muita eficácia, pois os fornecedores de crédito, sabendo do risco de perder a remuneração pelo serviço, teriam mais interesse em prestar informações adequadas aos consumidores.

Lima salienta que a sanção não precisa ser automática. A extensão da perda dos juros pode ser proporcional à gravidade do descumprimento do dever de informar. Se, como visto, a dimensão do dever de informar é verificada pelas peculiaridades do caso concreto e das características do consumidor, essa análise seria feita pelo julgador no momento de imputar a sanção pelo descumprimento. Nesse cenário, seria possível “ao Judiciário um exame mais amplo da conduta do profissional, de acordo com os ditames da boa-fé objetiva, e os profissionais seriam incitados a fazer prova de sua cautela e prudência na concessão do crédito”⁵¹⁰.

Nesse sentido, o PLS 283/2012 avança com a previsão do parágrafo único do artigo 54-D, que estabelece, como sanção pelo descumprimento dos deveres de informação do fornecedor, a possibilidade de inexigibilidade ou redução de juros do contrato.

É de se fazer referência, ainda, ao prazo de reflexão, que, frente à racionalidade limitada do consumidor, é considerada medida eficaz a evitar o superendividamento do consumidor, principalmente quando levado em consideração a sociedade atual que é grande fonte de estímulo ao consumo, sendo rotineira a contratação de crédito em situações de comprometimento emocional.⁵¹¹

Em que pese a previsão do artigo 49 do CDC, como antes referido, o PLS 283/2012

⁵⁰⁹ PAISANT, Gilles. Buena fe, crédito y sobreendeudamiento: el caso francés. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 195-204, jul.-ago./2015. p. 5.

⁵¹⁰ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010. p. 133.

⁵¹¹ LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 206.

traz a possibilidade de desistência do consumidor, após 07 dias da assinatura nos contratos de crédito consignado, sem limitar às hipóteses de contratação realizada fora do estabelecimento comercial, como o faz a legislação vigente. E, nesse sentido, avança de forma considerável nas medidas de prevenção ao superendividamento. Esse fato fica evidente quando se reflete a realidade do crédito consignado, cujos destinatários são, na grande maioria, pessoas idosas, consideradas hipervulneráveis.⁵¹²

Ainda, como visto antes, apesar de o ordenamento jurídico impor ao fornecedor esse dever forte de informação frente aos contratos de crédito, as práticas de mercado demonstram que não há muita preocupação dos bancos com o seu cumprimento. É comum se ver práticas como: concessão de crédito irresponsável (sem a verificação da capacidade de reembolso dos consumidores ou, em muitos casos, concessão de crédito, mesmo quando o consumidor já está em situação de endividamento); publicidade que cria necessidades nos consumidores; consumidores desinformados que não têm contato prévio com o conteúdo do contrato, e sequer recebem cópia do instrumento contratual.

Por outro lado, sabe-se que os bancos nem sempre cumprem seu dever de informação detalhada. Do contrário, a cada dia se vê os bancos fazendo de tudo para vender.⁵¹³

⁵¹² SCHMITT, Cristiano Heineck. A 'hipervulnerabilidade' do consumidor idoso. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v.70, p. 141, abr./jun. 2009.

⁵¹³ Não são raros os casos na jurisprudência em que funcionários de bancos são indenizados pelos abalos morais sofridos quando de seu trabalho, em razão da pressão para o cumprimento de metas, ou, até mesmo, de situações vexatórias às quais são submetidos pelo não atingimento dessas metas. Veja os exemplos:

BANCÁRIA. DANO MORAL. PRESSÃO POR METAS. TIRANIA. INDENIZAÇÃO DEVIDA. A prática reiterada do empregador, através da gerência, de enfatizar sempre os aspectos negativos da atuação dos subordinados, com a formulação de comentários desabonadores, geralmente acompanhados de ameaças de dispensa, veladas ou explícitas, infundindo clima de terror, atinge a dignidade e o patrimônio moral do trabalhador, resultando na obrigação de reparar. Não se pode considerar como "normal" que detentores de postos de comando busquem maior eficiência submetendo o corpo funcional a ameaças veladas de dispensa como forma de pressão para o atingimento de metas. In casu, ainda que a conduta opressiva não chegue a configurar o assédio moral, porquanto ausente a situação de cerco e discriminação, resvala na intolerável figura da gestão por injúria, a que alude MARIE-FRANCE HIRIGOYEN (in "Mal-Estar no Trabalho - Redefinindo o Assédio Moral", Bertrand Brasil). Com efeito, mesmo que a pressão exagerada como política de metas fosse dirigida de forma indistinta aos empregados da reclamada, tal circunstância não legitima a tirania patronal, incompatível com a dignidade da pessoa da trabalhadora, com a valorização do trabalho humano e a função social da propriedade, asseguradas pela Constituição Federal (art. 1º, III e IV, art. 5º, XIII, art. 170, caput e III). De todo razoável a indenização arbitrada na origem, ante o salário da autora, seu tempo de casa e o porte do empregador, uma instituição bancária. (SÃO PAULO. Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região. Recurso Ordinário N. 00526-2006-301-02-00-3. Recorrente: Unibanco – União de Bancos Brasileiros S.A. Recorrida: Ysquel da Silva Galeão. Relator: Ricardo Artur Costa e Trigueiros. São Paulo, 23 out. 2007. DJ 09 nov. 2007.).

TRABALHO EM BANCO. EXISTÊNCIA DE PRESSÃO PELO ALCANCE DE METAS. SURGIMENTO DE DEPRESSÃO E OUTROS TRANSTORNOS PSICOLÓGICOS. NEXO DE CAUSALIDADE. DANO MATERIAL E MORAL CONFIGURADO. O laudo pericial elaborado nos autos apresenta conclusão no sentido de que a Reclamante é portadora de "Transtorno Depressivo Recorrente". É notório que a atividade em estabelecimento bancário pode causar danos à saúde dos trabalhadores, decorrente de estresse pelo excesso de cobranças para o alcance de metas. No caso, os danos decorrentes da doença ocupacional que acometeu a Reclamante causou-lhe comprometimento da saúde mental. Assim, estando presentes todos os elementos (GOIÁS. Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região. Recurso Ordinário N. 0001943-53.2010.5.18.0009.

A exigência do cumprimento dos deveres de informação, especialmente na fase pré-contratual da concessão do crédito, denota a natureza preventiva do direito do consumidor, mas “a efetividade ao comando legal, neste particular, estará intimamente associada ao compromisso dos juízes na aplicação das sanções dispostas para o descumprimento do dever de informar”⁵¹⁴.

Portanto, conclui-se que a informação adequada é medida de prevenção do superendividamento ativo⁵¹⁵, mas encontra limites nos casos de superendividamento passivo, quando o consumidor sofre um acidente da vida (como desemprego) que lhe retira completamente a capacidade de honrar com suas obrigações financeiras.

Contudo, a forma como têm sido aplicados os instrumentos de prevenção existentes no direito brasileiro não confere uma proteção eficaz ao consumidor. Conclui-se que tais normativas são insuficientes. Percebe-se que é necessário avançar na imposição de deveres de informar às instituições financeiras nos contratos de crédito.

Dessa forma, encaminhando-se para o fim do trabalho, destacam-se, nas mesmas diretrizes antes analisadas, importantes inovações que vêm consagradas no PLS 283/2012 que auxiliarão na prevenção do superendividamento do consumidor, no que se refere à informação no contexto pré-contratual, em cotejo com o que se estudou ao longo desse trabalho: o alcance do consentimento efetivamente refletido e racional do consumidor e a cultura do crédito responsável através do rigor na exigência do cumprimento do dever de informar.⁵¹⁶

No que se refere ao alcance do consentimento efetivamente refletido e racional⁵¹⁷, diversas previsões virão a proteger o consumidor: dever de esclarecimento, no detalhamento e especificação das informações que devem ser repassadas e na obrigatoriedade expressa de

Partes: Segredo de Justiça. Relator: Elvecio Moura dos Santos. Goiânia, 27 ago. 2012. Disponível em: <<http://trt-18.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/208235646/recurso-ordinario-trabalhista-ro-19435320105180009-go-00019435320105180009>>. Acesso em: 16 nov. 2015.)

⁵¹⁴ MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 384.

⁵¹⁵ Lembre-se da diferença entre superendividamento ativo consciente (quem age com a intenção deliberada de não pagar) e inconsciente (quem se agiu impulsivamente ou que não geriu de forma correta seu orçamento). Para um estudo detalhado veja: LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 206. p. 195-205.

⁵¹⁶ Veja, aliás, que tais diretrizes se coadunam aos objetivos da atualização do CDC no tocante ao crédito ao consumidor: “informação plena para uma autonomia mais racional e refletida do consumidor e práticas de crédito responsável pelos fornecedores e intermediários do crédito”. BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima. Extrato do Relatório-Geral da Comissão de Juristas do Senado Federal para Atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 92, p. 303-365, mar.-abr./2014. p. 26.

⁵¹⁷ Veja: LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010. p. 206. p.41-52.

entrega do contrato ao consumidor (o consumidor poderá exigir as providências que estão descritas na lei); dever de conselho e advertência, na positivação do dever de informar sobre consequências do inadimplemento e de avaliar a capacidade de reembolso do consumidor; dever de passar as informações previamente, na especificação da exigência de que as informações devem ser repassadas quando da oferta; dever de transparência, na proibição expressa da publicidade enganosa e abusiva com relação ao crédito (como, por exemplo, com expressões “taxa zero”, “crédito gratuito”); direito de arrependimento do consumidor nos contratos de crédito consignado (prazo de reflexão de 07 dias).

Para o consumidor, se conhecer seus direitos, ficará mais fácil exigir as informações detalhadas no CDC. Atualmente, em que – além da falta, deve-se preocupar com o excesso de informação – o consumidor fica mais protegido quando tem conhecimento sobre quais as informações são relevantes para ele na contratação de determinado serviço. Só assim poderá direcionar seu foco ao que realmente importa. O Projeto – no que se refere aos contratos de crédito – vem a especificar ao consumidor quais os dados ele precisa saber para fechar aquele contrato de forma mais consciente. Esse viés é muito importante.

No que se refere às penalidades impostas às instituições financeiras que descumprirem tais deveres de informar, a imposição da possibilidade de perda dos encargos da contratação são a maior arma para a prevenção ao superendividamento. Se a maior fonte de lucro dos bancos são os juros (como se viu), a possibilidade de se perder o direito a esses juros, por si só, já tem efeito de coagir à tomada de condutas mais responsáveis pelas instituições financeiras. Cabe, pois, aos operadores do direito utilizarem essa ferramenta de forma adequada, exigindo com rigor exemplar o cumprimento dessas normas pelas instituições financeiras.

Não há dúvidas de que a aprovação do Projeto de Lei é necessária, principalmente frente ao posicionamento da jurisprudência atual com relação à exigência do cumprimento do dever de informar nos contratos de crédito, que não aplica as normas do CDC, mormente os artigos 46 e 52. A proposta vem a somar com as regras já existentes no CDC, criando “patamares de boa-fé e de conduta responsável dos fornecedores e intermediários na concessão de crédito ao consumidor e seu pagamento”⁵¹⁸, como se lê da justificativa do projeto.

⁵¹⁸ BRASIL. Projeto de Lei do Senado n. 283 de 2012. *Planalto*. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/diarios/BuscaDiario?tipDiario=1&datDiario=29/10/2015&paginaDireta=00272>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

Por fim, acredita-se que o consumidor puder alcançar uma decisão realmente racional e refletida (através de informação verdadeira, suficiente e adequada), poderá mais facilmente negar contratos que o coloquem em situação de extrema desvantagem; por outro lado, uma jurisprudência forte no sentido de exigir o cumprimento adequado desse dever de informar, impondo a correta penalidade em caso de descumprimentos, é capaz de fazer com que se reprimam novas práticas, pois os bancos sofrerão as consequências e saberão que há um Poder Judiciário firme na luta contra injustiças aos consumidores. É dizer: deve-se criar a cultura do crédito responsável⁵¹⁹, e, assim, a informação será meio eficaz para evitar o superendividamento.

⁵¹⁹ Veja em Benjamin e Marques: “Se o Brasil vive círculo virtuoso da economia, e se metade do crédito distribuído anualmente no mercado é à pessoa física, mister preservar este ciclo, seja reforçando as medidas de informação e prevenção do superendividamento, seja introduzindo a cultura da concessão responsável de crédito e aumentando a cultura do pagamento das dívidas, por meio do estímulo à renegociação e da organização de planos de pagamento pelos consumidores.” BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima. Extrato do Relatório-Geral da Comissão de Juristas do Senado Federal para Atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 92, p. 303-365, mar.-abr./2014. p. 21.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A vulnerabilidade do consumidor, na sociedade atual, é cada dia mais crescente, e um dos grandes aspectos dessa vulnerabilidade é o déficit informacional do consumidor frente ao fornecedor. O fornecedor domina a cadeia de consumo, desde o seu início até o oferecimento do produto ou serviço ao consumidor, e o consumidor pouco sabe sobre o processo.

A sociedade pós-moderna modificou a vida das pessoas. Tudo mudou: a forma de se comunicar, a forma de consumir, a forma de contratar. A comunicação é instantânea, assim como as possibilidades de consumo. A publicidade é voraz, implacável. O consumidor é alvo na mira de empresas publicitárias cada dia mais especializadas. O contrato se tornou despersonalizado, massificado e também instantâneo.

Os riscos dessa sociedade se multiplicam dia após dia. O desenvolvimento tecnológico e científico trouxe benefícios, mas aumentou os riscos do consumidor.

Nesse cenário, demonstrado o quão vulnerável é o consumidor no que se refere à distância entre o seu conhecimento e o do fornecedor, o que afeta seu discernimento, não se pode negar a importância que assume o dever de informar nas relações de consumo. Em última análise, pode-se afirmar que a informação é requisito de liberdade e igualdade.

Nessa sociedade em que a liberdade do consumidor está cada vez mais reduzida, seja na hora de escolher seus objetos de consumo, seja na hora de firmar contratos, a informação torna-se arma para diminuir as diferenças na relação de consumo, proporcionando maior autonomia ao consumidor em tais relações.

Através da informação adequada, assegura-se o direito de escolha ao consumidor. Quem não conhece todas as opções que possui, não exerce sua liberdade amplamente. Dessa forma, a informação iguala, e, portanto, liberta.

A informação é direito amparado pela Constituição Federal, no artigo 5º, XIV, CF/88, sendo garantia fundamental da pessoa humana, e gênero do qual é espécie o direito à informação previsto no CDC.

No direito do consumidor, o direito à informação é um dos pilares do CDC e vem consagrado expressamente no artigo 6º, III, do CDC, como direito básico do consumidor. Decorrente desse direito básico do consumidor, o dever de informar é imposto ao fornecedor.

Ainda que positivado, o dever de informar no direito do consumidor tem origem no princípio da boa-fé, e a ela está estritamente ligado. A aplicação desse princípio atinge diferentes roupagens frente aos casos concretos, e nas relações de consumo, é atingido o mais alto nível de aplicação. Assim, a boa-fé dimensiona o dever de informar (no sentido de

proporcionar a identificação da intensidade que deve alcançar).

Também o dever de informar apresenta graduações conforme a relação contratual estabelecida, sendo que o nível desse dever nas relações de consumo se revela de intensidade forte. Tal afirmação é corroborada pelo próprio CDC que, ao longo de seu texto, possui mais de 20 artigos que o revelam em seus conteúdos (artigos 8º, 9º, 12, 14, 18, 20, 30, 31, 33, 35, 36, 37, 38, 40, 42-A, 43, 46, 50, 52, 54, §3º e §4º, 55, 1º, 60, 63, 64, 66, 67, 68, 72, 74, 106), detalhando e especificando o dever de informar.

Com isso, demonstrou-se o grau de importância que ocupa o dever de informar dos fornecedores para a efetividade do direito do consumidor. Pode-se afirmar: não há proteção do consumidor sem informação clara, adequada e ampla.

Nos contratos de crédito, a realidade é a mesma, o dever de informar é ferramenta essencial à proteção do consumidor, e o CDC é normativa plenamente aplicável a tais relações. O julgamento da ADIn 2.591, a “ADIn dos Bancos”, sepultou qualquer dúvida a esse respeito.

O CDC traz diversos dispositivos que visam assegurar o consentimento refletido e racional do consumidor. Da interpretação de tais normas (principalmente, artigos 37, 46, 52 e 54), não há dúvidas que o direito brasileiro impõe o dever de informar dos fornecedores para com os consumidores. Diz-se que há um notável formalismo informativo brasileiro.

Mas o que se vê na prática de mercado é que os fornecedores não atendem às normas legais (muitas vezes o consumidor sequer recebe cópia do contrato). As informações exigidas pelo CDC comumente não são apresentadas ao consumidor, que contrata sem ter noção ao valor que o débito poderá chegar em caso de inadimplemento. Essa é a cultura que se verifica no dia-a-dia de consumidores e bancos. O cumprimento das exigências do artigo 52 do CDC está ainda longe da realidade.

Todavia, mesmo com as reiteradas práticas descumprindo o dever imposto pelo CDC, não há punição suficiente às instituições financeiras. Na França, por exemplo, a sanção civil para esses casos é a perda do direito à percepção dos juros. E a jurisprudência daquele país é rigorosa nesse sentido.

No entanto, na jurisprudência pátria, não se vê rigor na aplicação das normas brasileiras. Do contrário, o entendimento vai na contramão do que preceitua o diploma protetivo. O artigo 46 – que poderia fortalecer a imposição do dever de informar às instituições financeiras – é pouco utilizado para os contratos de crédito.

A resistência das instituições financeiras ao cumprimento das normas protetivas do CDC (verificada desde a “ADIn dos Bancos”) é verificada ainda nos dias atuais, com um

certo respaldo do Poder Judiciário (as Súmulas 381 e 530 do STJ são exemplos).

Note-se que os contratos de crédito são marcados por sua complexidade e pelo risco inerente, e, por isso, além dos dispositivos analisados, a análise do cumprimento do dever de informar nesses contratos deve levar em consideração tais circunstâncias. A instituição financeira deve levar em consideração que a complexidade do serviço que presta torna necessário um grau de informação mais elevado, que permita o real entendimento pelo consumidor.

Para tanto, é de se refletir como será possível chegar a esse grau de informação mais forte no contrato de crédito. E, assim, os deveres decorrentes da boa-fé objetiva poderão dimensionar esse dever.

Nesse sentido, o dever de informar é desmembrado em níveis. O dever de esclarecer se refere à obrigação do fornecedor de crédito suprir as dúvidas do consumidor, assim como de informar as condições essenciais do contrato de modo claro e preciso. O dever de advertência impõe ao banco o dever de alertar o consumidor sobre os perigos do crédito. O dever de aconselhar abrange uma sugestão, um parecer de quem oferece o crédito ao consumidor que o busca, com a importante análise da capacidade de pagamento do consumidor. A informação completa, pois, seria a seguinte: o fornecedor esclarece todas as características do contrato, garante o entendimento do consumidor; mediante a análise do contrato em específico, adverte sobre os riscos e consequências da contratação; e, analisando o potencial de pagamento daquele consumidor e suas características próprias, aconselha o melhor caminho a tomar (sobre qual é o melhor contrato ou sobre não contratar).

Atualmente, através das normas do CDC e de tais deveres decorrentes da boa-fé, pode-se alcançar ao consumidor informação adequada a consentimento refletido. Todavia, como se viu, as instituições financeiras não cumprem o seu dever.

Do estudado, verifica-se que a jurisprudência brasileira está mais direcionada a coibir os abusos na concessão do crédito mediante imposição de deveres decorrentes da boa-fé objetiva, com a análise de cada situação em concreto, impondo o dever do fornecedor de avaliar a capacidade financeira do consumidor para a tomada do crédito.

A possibilidade de perda dos juros quando não previstos ou quando não entregue cópia do contrato ao consumidor – o que seria permitido pela exegese dos artigos 46 e 52 do CDC – não é medida adotada. A posição dominante é de que – na ausência de estipulação ou impossibilidade de prova dos juros contratados – deve ser aplicada a taxa média de mercado, entendimento que foi consagrado na Súmula 530 do STJ.

O superendividamento é considerado a impossibilidade, não passageira, do devedor,

pessoa física e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo, com seu patrimônio e seu rendimento. Pode ser ativo ou passivo. O ativo se dá pelo abuso de crédito, seja por má-fé (superendividamento ativo consciente) ou gestão equivocada do orçamento (superendividamento ativo inconsciente). O passivo é o decorrente de um acidente da vida, como desemprego ou doença, significando a redução brutal de receita, que impossibilita a pessoa de pagar suas dívidas atuais e futuras.

O problema afeta toda a sociedade negativamente, além de atingir o consumidor de forma drástica, atingindo todas as esferas da sua vida.

Todavia, no que se refere ao tratamento e prevenção do superendividamento, o Brasil desconhece medida legislativa específica em vigor ao tratamento do tema. A maioria dos países desenvolvidos tem regramento específico para o tema: Canadá, França, Estados Unidos da América, Inglaterra, Alemanha, Bélgica, Luxemburgo. O Brasil está atrasado e o problema é uma realidade instalada.

Apesar dos esforços doutrinários, com reflexos na jurisprudência, tramita, desde 2012, o Projeto de Lei do Senado n. 283, que propõe a atualização o CDC com inclusão de regramento específico sobre o superendividamento do consumidor.

Diversas inovações são propostas para atualização CDC, como a obrigatoriedade de que as informações exigidas sejam repassadas na oferta do crédito, que deve ter o prazo mínimo de 02 dias; a obrigatoriedade de que tais informações devem constar de forma clara e resumida no próprio contrato ou em instrumento apartado, de fácil acesso ao consumidor; a vedação expressa de oferta de crédito, por exemplo, que faça referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, com “taxa zero”, ou ainda que indique que a operação poderá ser concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito; obrigação expressa da entrega ao consumidor de uma cópia do contrato.

Ainda, os deveres de esclarecimento, aconselhamento e advertência das instituições financeiras vêm consagrados no Projeto, em previsões que obrigam o fornecedor a esclarecer todas as características do contrato a ser firmado e entregar o contrato ao consumidor, advertir sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento, e aconselhar mediante a avaliação da capacidade de pagamento do consumidor.

Uma das grandes e tão necessárias inovações do Projeto vem no parágrafo único do artigo 54-D: como punição do dever de informar há a possibilidade de inexigibilidade ou redução de encargos da dívida.

Ainda, o Projeto insere – no artigo 54-F, §2º – o direito de arrependimento nos contratos de crédito consignado no prazo de 07 dias após a assinatura do contrato. Essa

inovação é de extrema importância, principalmente na proteção dos consumidores idosos, hipervulneráveis, que são alvo das ofertas desse tipo de contratação.

Por fim, diante do estudado, duas conclusões são centrais: o dever de informar das instituições financeiras, se cumprido de forma adequada, é capaz de prevenir o superendividamento ativo do consumidor, mas encontra limites nos casos de superendividamento passivo; o PLS 283/2012 avança na proteção do consentimento refletido e racional do consumidor no momento da contratação do crédito, por meio de imposição de um dever de informação mais intenso e rigoroso às instituições financeiras.

Acredita-se que a prevenção do superendividamento ativo é possível através dessas duas diretrizes destacadas: se o consumidor puder alcançar uma decisão realmente refletida (através de informação verdadeira, suficiente e adequada) poderá mais facilmente negar contratos que o coloquem em situação de extrema desvantagem; por outro lado, com a criação da cultura do crédito responsável, através de uma jurisprudência forte no sentido de exigir o cumprimento adequado desse dever de informar, impondo a correta penalidade em caso de descumprimentos, é capaz de fazer com que se reprimam novas práticas, pois os bancos sofrerão as consequências e saberão que há um Poder Judiciário firme na luta contra injustiças aos consumidores.

A informação não pode ser um simples ideal, deve ser uma realidade. Assim, o importante é que se busquem meios para que esse ideal de informação não seja apenas uma utopia. A proteção ao mais fraco deve ser efetiva. O PLS 283/2012 avança nessa proteção, e poderá propiciar essa realidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBUQUERQUE, Fabíola Santos. O dever de informar nas relações de consumo. *Revista Trimestral de Direito Civil*, Rio de Janeiro, n. 5, p. 83-100, 2001.
- AMORIM, Eduardo Antonio Andrade. A “era do crédito” e o superendividamento do consumidor. *Entre Aspas: Revista da Unicorp*, Salvador, v. 2, p. 42-61, jan. 2012.
- ANTUNES, José A. Engrácia. *Direito dos Contratos Comerciais*. Coimbra: Almedina, 2014.
- AZEVEDO, Antonio Junqueira de. Caracterização jurídica da dignidade da pessoa humana. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 797, p. 11- 26, mar./2002.
- BAGGIO, Andreza Cristina. *O Direito do Consumidor Brasileiro e a Teoria da Confiança*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.
- BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.
- BATTELLO, Silvio Javier. A (in) justiça dos endividados brasileiros: uma análise evolutiva. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 211-253.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- _____. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- _____. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima. Extrato do Relatório-Geral da Comissão de Juristas do Senado Federal para Atualização do Código de Defesa do Consumidor (14.03.2012). *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 92, p. 303-365, mar.-abr./2014.
- _____; _____. BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.
- BERRY, Ruth E.; MCGREGOR, Sue L. T. Counselling Consumer Debtors under Canada's Bankruptcy and Insolvency Act. *Osgoode Hall Law Journal*, v. 37, p. 369-385, 1999. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/15>>. Acesso em: 28 out. 2015.
- BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Breves linhas sobre o estudo comparado de procedimentos de falência dos consumidores França, Estados Unidos da América e Anteprojeto de Lei no Brasil. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 83, p. 113-137, jul.-set./2012.

_____. Direito de Arrependimento do Consumidor de Crédito Evolução no Direito Comparado e Oportunidade/Conveniência da Regulamentação nos Contratos de Crédito Consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 81, p. 261-287, jan.-mar./2012.

_____. *Identificando o mínimo existencial: proposições de concreção em casos de superendividamento do consumidor*. 2015. 128 f. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

_____. Tratamento do superendividamento no Poder Judiciário: análise de caso-referência (Comarca de Sapiranga). *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 97, p. 303-317, jan.-fev./2015.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 11 out. 2015.

_____. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. *Planalto*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 10 out.2015.

_____. Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002. *Planalto*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 10 out.2015.

BRASIL. Projeto de Lei do Senado n. 283 de 2012. *Planalto*. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/diarios/BuscaDiario?tipDiario=1&datDiario=29/10/2015&paginaDireta=00272>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

CALIXTO, Marcelo Junqueira. A reforma do CDC no tocante ao consumidor superendividado: primeiras impressões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p.273-309, maio-jun./2013.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 8. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 310-344.

CASADO, Márcio Mello. Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobreendividamento no Brasil. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 33, p. 130-142, jan.-mar./2000.

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

_____. O perfil do superendividado: referências no Brasil. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 384-398.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de direito do consumidor*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CHAISE, Valéria Falcão. *A publicidade em face do código de defesa do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2001.

CICCO, Maris Cristina De. A Pessoa e o Mercado. In: TEPEDINO, Gustavo José Mendes (Org.). *Direito civil contemporâneo: novos problemas à luz da legalidade constitucional: anais do Congresso Internacional de Direito Civil-Constitucional da Cidade do Rio de Janeiro*. São Paulo: Atlas, 2008.

COSTA, Geraldo de Faria Martins da. O direito do consumidor endividado e a técnica do prazo de reflexão. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 258 – 272, jul.-set./2002.

_____. *Superendividamento: A Proteção do Consumidor em Direito Comparado Brasileiro e Francês*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

_____. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 231-251.

COUTO E SILVA, Clóvis do. *A obrigação como processo*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. Um estudo das cláusulas abusivas no Código de Defesa Do Consumidor e no Código Civil de 2002. *Revista de Direito Privado*, São Paulo, v. 32, p. 171-200, out./2007.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor: conceito e extensão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1994.

DUQUE, Marcelo Schenk. A proteção do consumidor como dever de proteção estatal de hierarquia constitucional. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 71, p. 142-167, jul./set. 2009.

EBERLIN, Fernando Büscher Von Teschenhausen. Contratação refletida na sociedade de consumo: o direito de arrependimento como proteção do consentimento do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 46-73, out./2010.

EFING, Antonio Carlos. Sistema Financeiro e o Código do Consumidor – Análise Conceitual quanto à Incidência das Normas do Sistema de Defesa do Consumidor aos Contratos Bancários e Financeiros. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 65-84, jan.-mar./1996.

ENGELMANN, Wilson; FORNASIER, Mateus de Oliveira. Superendividamento e Dignidade: um enfoque hermenêutico do instrumental técnico de exacerbação do hiperconsumismo na sociedade contemporânea à luz do Direito do Consumidor Brasileiro. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 88, p. 259-290, jul.-ago./2013.

FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

FEBRABAN. *Código de Auto-Regulação Bancária*. 28 de agosto de 2008. Disponível em: <[http://www.febraban.org.br/7Rof7SWg6qmyvwJcFwF7I0aSDf9jyV/sitefebraban/Codigo%20de%20Auto-Regulacao%20Bancaria%20VF%20\(clean\).pdf](http://www.febraban.org.br/7Rof7SWg6qmyvwJcFwF7I0aSDf9jyV/sitefebraban/Codigo%20de%20Auto-Regulacao%20Bancaria%20VF%20(clean).pdf)>. Acesso em: 13 nov. 2015.

FERREIRA, Marina Baird; ANJOS, Margarida dos (coord.) *Minidicionário Aurélio da língua Portuguesa*. 3.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Consumidor e Cidadania – Agente político e econômico. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 40, p. 261-265, out.-dez./2001.

_____. *Manual de direitos do consumidor*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 74, p. 227-242, abr.-jun./2010.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 23-43.

GALLET, J. L. A proteção do consumidor na jurisprudência da Corte de Cassação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p.13-30, maio-jun./2013.

GARDINO, Adriana Valéria Pugliese. Superendividamento do consumidor: breves reflexões. *Revista da AJURIS*, Porto Alegre, v. 121, p.13-46, mar. 2011.

GHERSI, Carlos Alberto. *La posmodernidad jurídica*. Buenos Aires: Gowa, 1995.

GOMES, Orlando. *Contratos*. 24. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

GRASSI NETO, Roberto. Crédito, serviços bancários e proteção ao consumidor em tempos de recessão. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 80, p. 193-210, out.-dez./2011.

GRAU, Eros Roberto. Interpretando o código de defesa do consumidor: algumas notas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 05, p. 183-189, jan./mar. 1993.

GREGORI, Maria Stella. O novo paradigma para um capitalismo de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 247-257, jul./set. 2010.

GRINOVER, Ada Pellegrini [et al.]. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor : comentado pelos autores do Anteprojeto*. 9.ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 2007.

HILLMAN, Robert A. The triumph of Gilmore's *The Death Of Contract*. *Northwestern University Law Review*, v. 90, n.1, p. 32-48, 1995.

HÖRMANN; Gfinter; HOLZSCHECK, Knut. Consumer Credit in the Federal Republic of Germany. Selected Findings from an Empirical Study. *Journal of Consumer Policy*, n. 6, p. 457-468, 1983.

JAYME, Erik. Visões para uma teoria pós-moderna do Direito Comparado. *Revista dos Tribunais*, São Paulo, v. 759, p. 24-40, jan./1999.

KILBORN, Jason J. Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor: buscando as causas e avaliando soluções. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 66-105.

KIRCHNER, Felipe. Os novos fatores teóricos de imputação e concretização do tratamento do superendividamento de pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 65, p. 63-113, jan. 2008.

LIMA, Clarissa Costa de. Crédito responsável e superendividamento. Suspensão do desconto de empréstimo consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 64, p. 301-310, out./2007.

_____. Medidas preventivas frente ao superendividamento dos consumidores na União Europeia. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 208-238, out.-dez./2010.

_____. O dever de informação nos contratos de crédito ao consumo em direito comparado francês e brasileiro: a sanção para a falta de informação dos juros remuneratórios. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 69, p. 9-31, jan./2009.

_____. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

_____; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010.

_____; _____. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 191-210.

_____; _____. DALL'AGNOL, Maria Augusta. Projeto de Mediação em Superendividamento do Consumidor: a experiência nas comarcas do interior e na Capital. *Multijuris: Primeiro Grau em Ação*, Porto Alegre, v. 3, n. 5, p. 8-15, jun. 2008.

LIMBERGER, Têmis; SALDANHA, Jânia Maria Lopes; MORAES, Carla Andreatta Sobbé. Estado, Cidadania e Novas Tecnologias: o Comércio Eletrônico e as Alterações do Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 85, p. 261-282, jan./2013.

LISBOA, Roberto Senise. *Confiança Contratual*. São Paulo: Atlas, 2012.

_____. O consumidor na sociedade da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 61, p. 203-229, jan.-mar./2007.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor*, v. 3, p. 595-614, abr./2011.

_____. Deveres gerais de conduta nas obrigações civis. *Revista Jus Navigandi*, Teresina, ano 10, n. 711, 16 jun. 2005. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/6903>>. Acesso em: 19 nov. 2015.

LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006.

LORENZETTI, Ricardo Luis. *Consumidores*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2003.

_____. *Teoria da Decisão Judicial: fundamentos de direito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

_____. *Tratado de los contratos*. Tomo I. Buenos Aires: Rubinzal – Culzoni Editores, 1999.

_____; MARQUES, Claudia Lima. *Contratos de servicios a los consumidores*. 1. ed. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni Editores, 2005.

MARQUES, Claudia Lima. A proteção dos consumidores em um mundo globalizado: *studium generale* sobre o consumidor como *homo novus*. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 85, p. 25-62, jan.-fev./2013.

_____. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 75, p. 9-42, jul.-set./2010.

_____. Apresentação. In: BARBOSA, Fernanda Nunes. *Informação: direito e dever nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

_____. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação? *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 43, p. 215-257, jul./2002.

_____. Contratos bancários em tempos pós-modernos - Primeiras reflexões. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 25, p. 19-38, jan.-mar./1998.

_____. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

_____. Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 95, p. 99-145, set.-out./2014.

_____. Mulheres, Idosos e o Superendividamento dos Consumidores: cinco anos de dados empíricos do Projeto-Piloto em Porto Alegre. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 393-423, jul.-ago./2015.

_____. O “diálogo das fontes” como método da nova teoria geral do direito: um tributo a Erik Jayme. In: MARQUES, Claudia Lima. (Coord.). *Diálogo das fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

_____. Prefácio. In: FABIAN, Christoph. *O dever de informar no Direito Civil*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

_____. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 55, p. 11-52, jul.-set./2005.

_____. A Responsabilidade dos médicos e do hospital por falha no dever de informar ao consumidor. *Revista dos Tribunais*, vol. 827, p. 11-48, set/2004.

_____; ALMEIDA, João Batista de; PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos bancos: ADIn 2.591*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

_____. BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. rev. atual. ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

_____; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Dados preliminares da pesquisa empírica sobre o perfil dos consumidores superendividados da Comarca de Porto Alegre (2007 a 2012) e o "Observatório do Crédito e Superendividamento UFRGS-MJ". *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 99, p. 411-436, maio-jun./2015.

_____; MIRAGEM, Bruno. Anteprojetos de Lei de Atualização do Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 82, p. 331-356, abr./2012.

_____; MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

MARTINS-COSTA, Judith. *A Boa-fé no Direito Privado: sistema e tópica no processo obrigacional*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1999.

_____. Ação indenizatória. Dever de informar do fabricante sobre os riscos do tabagismo. In: LOPEZ, Teresa Ancona. (coord.) *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente – o paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 277-318.

_____. Contratos de derivativos cambiais. Contratos aleatórios. Abuso de direito e abusividade contratual. Boa-fé objetiva. Dever de informar e ônus de se informar. Teoria da imprevisão. Excessiva onerosidade superveniente. *Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais*, São Paulo, v. 55, p. 321-381, jan./2012.

MARTINS, Fernando Rodrigues. A contingente Atualização do Código de Defesa do Consumidor: novas fontes, metodologia e devolução de conceitos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 83, p. 11-53, jul.-set./2012.

_____. Sociedade da informação e promoção à pessoa. Empoderamento humano na concretude de novos direitos fundamentais. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 96, p. 225-257, nov.-dez./2014.

MELZER, Brian. The real costs of credit access: Evidence from the payday lending market. *The Quarterly Journal of Economics*, v. 126, p. 517-555, 2001. Disponível em: <<http://bit.ly/10M01tZ>>. Acesso em: 07 nov. 2015.

MENDES, Laura Schertel. Segurança da informação, proteção de dados pessoais e confiança. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 90, p. 245-261, nov.-dez./2013.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

_____. O novo modelo de direito privado e os contratos: entre interesses individuais, sociais e direitos fundamentais. In: MARQUES, Cláudia Lima (Coord.). *A nova crise do contrato: estudos sobre a nova teoria contratual*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. p. 176-225.

_____. Tendências da responsabilidade das instituições financeiras por danos ao consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 87, p. 51-91, maio/2013.

_____; LIMA, Clarissa Costa de. Patrimônio, contrato e a proteção constitucional da família: estudo sobre as repercussões do superendividamento sobre as relações familiares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 91, p. 85-116, jan.-fev./2014.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3. ed. rev. atual. e ampl. de acordo com o Código Civil de 2002 e com acréscimos relativos a internet, neuromarketing, conceitos psicanalíticos e questões tributárias. Porto Alegre: Síntese, 1999.

MOURA, Walter José Faiad de; BESSA, Leonardo Roscoe. Impressões atuais sobre o superendividamento: sobre a 7ª Conferência Internacional de serviços financeiros e reflexões para a situação brasileira. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 65, p.144-162, jan.-mar./ 2008.

NERY JUNIOR, Nelson. Ações de indenização fundadas no uso do tabaco. Responsabilidade civil pelo fato do produto: julgamento antecipado da lide. Ônus da prova e cerceamento de defesa. Responsabilidade civil e seus critérios de imputação. Autonomia privada e dever de informar. Autonomia privada e risco social. Situações de agravamento voluntário do risco. In:

LOPEZ, Teresa Ancona. (coord.) *Estudos e pareceres sobre livre-arbítrio, responsabilidade e produto de risco inerente – o paradigma do tabaco: aspectos civis e processuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2009. p. 375-418.

_____. Os princípios gerais do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 3, p. 44-77, jul.-set./1992.

NIEMI-KIESILAINEN, Johanna. Consumer Bankruptcy in Comparison: Do We Cure a Market Failure or a Social Problem. *Osgoode Hall Law Journal*, n. 37, p. 473-503, 1999. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/21>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru; DENSA, Roberta. A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 76, p. 13-45, out.-dez./2010.

NUNES, Rizzato. MARQUES, Claudia Lima; ALMEIDA, João Batista de; PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos bancos: ADIn 2.591*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

OLIVEIRA, Amanda Flávio de; CASTRO, Bruno Braz de. Proteção do Consumidor de Crédito: uma abordagem a partir da economia comportamental. *Revista de Direito do Consumidor*, vol. 93, p. 231 – 249, Mai - Jun/2014.

OLIVEIRA JUNIOR, José Alcebíades de; BORBA, Mauro. A proteção dos consumidores nas sociedades de mercado: novas reflexões sobre a impossibilidade de conhecimento de ofício, pelo juiz, de cláusulas nulas em contratos bancários. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 84, p. 129-147, out.-dez./2012.

OSSOLA, Frederico; VALLESPINOS, Gustavo. *La obligación de informar*. Córdoba: Advocatus, 2001.

PAISANT, Gilles. A Reforma do Procedimento de Tratamento do Superendividamento pela Lei de 29.07.1998 relativa à luta contra as exclusões. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 105-129.

_____. Buena fe, crédito y sobreendeudamiento: el caso francés. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 100, p. 195-204, jul.-ago./2015.

PASQUALOTTO, Adalberto. *Os efeitos obrigacionais da publicidade no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1997.

PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 158-190.

PERES, Fabiana Pietros. *Novos deveres das Instituições Financeiras na Prevenção do Superendividamento*. 2013. 84 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal

do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

PRATA, Ana. *Contratos de Adesão e cláusulas contratuais gerais: anotação ao Decreto-Lei n. 446/85*. Coimbra: Almedina, 2010.

RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 63, p. 231-258, jul.-set./2007.

_____. Individual Bankruptcy: Preliminary Findings of a Socio-Legal Analysis. *Osgoode Hall Law Journal*, n. 37, p. 15-82, 1999. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/2>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

_____. O Controle da Publicidade em um Mundo Pós-Moderno. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 4, p. 26-41, out.-dez./1992.

_____; WILLIAMS, Toni. Anotações acerca dos contornos nacionais, regionais e internacionais da proteção financeira dos consumidores após a grande recessão. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 89, p. 41-57, set.-out./2013.

REINALDO FILHO, Demócrito. O fenômeno do superendividamento – inexistência de direito do consumidor à renegociação e de justa causa para a intervenção judicial nos contratos. *Revista Síntese Direito Civil e Processual Civil*, Porto Alegre, v. 12, n. 74, p.78-90, nov.-dez./2011.

RIBEIRO, Joaquim de Sousa. *Direito dos Contratos*. Coimbra: Coimbra Editora, 2007.

ROPPO, Enzo. *O Contrato*. Coimbra: Almedina, 1988.

SANTANA, Héctor Valverde. Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 98, p. 135-151, mar.-abr./2015.

SANTOLIM, Cesar Viterbo Matos. Anotações sobre o Anteprojeto da Comissão de Juristas para a atualização do Código de Defesa do Consumidor na parte referente ao Comércio Eletrônico. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 83, p. 73-82, jul./2012.

SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 71, p. 9-33, jul.-set./2009.

SCHMITT, Cristiano Heineck. *Consumidores hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo*. São Paulo: Atlas, 2014.

SILVA, Luís Renato Ferreira da. O princípio da igualdade e o código de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 08, p. 146-156, out./dez. 1993.

SILVA NETO, Orlando Celso da. 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, v. 98, p. 15-35, mar.-abr./2015.

STIGLITZ, Rubén S. La obligación precontractual y contractual de información. El deber de consejo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 22, p. 9-25, abr.-jun./1997.

TOMASETTI JR., Alcides. O objetivo de transparência e o regime jurídico dos deveres e riscos de informação nas declarações negociais para consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 4, p. 52-90, out./1992.

WILLIAMS, Toni. Who Wants to Watch? A Comment on the New International Paradigm of Financial Consumer Market Regulation. *Seattle University Law Review*, v. 36, p. 777-801, 2013.

ZIEGEL, Jacob S. Introduction to the Symposium on Consumer Bankruptcies. *Osgoode Hall Law Journal*, v. 37, n. 1/2, p. 1-13, 1999. Disponível em: <<http://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/ohlj/vol37/iss1/1>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

Jurisprudência

Superior Tribunal de Justiça

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Agravo N. 1420090/SC. Agravante: Banco de Crédito Nacional S.A. Agravado: Rafael Sidnei da Luz. Relator: Min. Massami Uyeda. Brasília, 25 out. 2011. DJe 09 nov. 2011.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Agravo Interno N. 715289/RS. Agravante: Leandro Luis Pereira. Agravado: Itaú Unibanco S.A. Relator: Min. Ari Pargendler. Brasília, 10 out. 2006. DJ 27 nov. 2006.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 919189/RS. Recorrente: Banco Santander Banespa S.A. Recorrido: Marco Antônio de Moraes Aires. Relator: Min. Paulo de Tarso Sanseverino. Brasília, 22 fev. 2011. DJe 16 mar. 2011.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1187421/RS. Recorrente: Banco Bradesco S.A. Recorrido: Humberto de Alencar Oliveira da Silveira. Relator: Min. Massami Uyeda. Brasília, 12 abr. 2011. DJe 28 abr. 2011.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1206956/RS. Recorrente: Vladimir Freire Rodrigues. Recorrido: União Gaúcha dos Professores Técnicos. Relator: Min. Paulo de Tarso Sanseverino. Brasília, 18 out. 2012. DJe 22 out. 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1261824/SP. Recorrente: Peugeot Citroën do Brasil Automóveis Ltda. Recorrido: Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo. Relator: Min. Herman Benjamin. Brasília, 14 fev. 2012. DJe 09 maio 2013.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial N. 1454255. Recorrente: Brasil Kirin Indústria de Bebidas S/A. Recorrido: João Batista André da Costa. Relator: Min. Nancy Andrighi. Brasília, 21 ago. 2014. DJe 01 set. 2014.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental nos Embargos de Declaração no Recurso Especial N. 1198380/SC. Recorrente: Banco Citicard S.A. Recorrido: Eduardo Dutra da Silva. Relatora: Min. Nancy Andrighi. Brasília, 01 mar. 2012. DJe 09 mar. 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 586316/MG. Recorrente: Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Recorrido: ABIA – Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação. Relator: Min. Herman Benjamin. Brasília, 17 abr. 2007. DJe 19.03.2009.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 744602. Recorrente: Cinemark Brasil S/A. Recorrido: Estado do Rio De Janeiro. Relator: Min. Luiz Fux. Brasília, 01 mar. 2007. DJ 22 mar. 2007.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 971845. Recorrente: Orlando Bulcão Vianna Filho. Recorrido: Servier do Brasil LTDA. Relator: Min. Humberto Gomes de Barros. Brasília, 21 ago. 2008. DJe 01 dez. 2008.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 1144840/SP. Recorrente: Isabel Martins Favero. Recorrido: Associação Auxiliadora das Classes Laboriosas. Relatora: Min. Nancy Andrighi. Brasília, 20 mar. 2012. DJe 11 abr. 2012.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 1181066. Recorrente: Companhia de Bebidas das Américas - AMBEV. Recorrido: Associação Brasileira de Defesa da Saúde do Consumidor - SAUDECON. Relator: Vasco Della Giustina. Brasília, 15 mar. 2011. DJe 31 mar. 2011.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 1219406. Recorrente: Luciene Aparecida da Silva Oliveira e OUTRO. Recorrido: Real Seguros S/A. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Brasília, DF, 15 de fevereiro de 2011. DJ 1 mar. 2014. DJe 18 fev. 2011.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial N. 485760. Recorrente: Alberto Silva Ayrosa. Recorrido: HSBC Seguros Brasil S/A. Relator: Ministro Sálvio de Figueiredo Teixeira. Brasília, DF, 17 de junho de 2003. DJ 1 mar. 2014.

Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento N. 70017134669. Agravante: Banco Santander Meridional S.A. Agravado: Valdir Ruviaro. Relator: Pedro Celso Dal Prá. Porto Alegre, 03 out. 2006. DJ 11 out. 2006.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70000350371. Apelante/apelado: Banco Bradesco S.A. Apelado/apelante: Marcelo Heberle Schossler. Relator: Cláudia Maria Hardt. Porto Alegre, 26 abr. 2001. DJ 16 maio 2001.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70015093818. Apelante: João Erocly Machado de Souza. Apelado: Estado do Rio Grande do Sul. Relator: Paulo de Tarso Vieira Sanseverino. Porto Alegre, 06 jul. 2006. DJ 28 ago. 2006.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70031191216. Apelante: Frederico Afonso Diefenthaler Weber. Apelado: DELL Computadores do Brasil LTDA.

Relator: Paulo Antônio Kretzmann. Porto Alegre, 26 nov. 2009. DJ 25 jan. 2010.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70051371201. Apelante: Gicelda Maria Damazia da Silva. Apelado: Brasil Telecom/OI. Relator: José Aquino Flôres de Camargo. Porto Alegre, 28 fev. 2013. DJ 05 mar. 2013.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70054867940. Apelante: Henrique Fabre. Apelado: CETELEM Brasil S.A. Crédito Financiamento e Investimento. Relator: Altair de Lemos Junior. Porto Alegre, 31 jul 2013. DJ 05 ago. 2013.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 70057065237. Apelante: Edson Noé Pereira Dias. Apelado: Banrisul. Relator: Mário Crespo Brum. Porto Alegre, 28 ago. 2014. DJ 29 ago. 2014.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação N. 70066565193. Apelante: Terezinha Franca de Faria Correa. Apelado: Massa Falida do Banco Cruzeiro do Sul. Relator: Ana Paula Dalbosco. Porto Alegre, 24 de novembro de 2015. Dje 30 nov. 2015.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação N. 70054328000. Apelante: Wenceslau Virgilio Cardoso Leães. Apelado: Banco Bradesco Financiamento S/A. Relator: Pedro Celso Dal Pra. Porto Alegre, 20 de junho de 2013. Dje 08 abr. 2014.

Tribunal de Justiça do Paraná

PARANÁ. Turmas Recursais. Recurso Inominado N. 0001646-97.2013.8.16.0186. Recorrente: Banco Daycoval S.A. Recorrida: Angelina Marqueto. Relator: Rafael Luis Brasileiro Kanayama. Curitiba, 12 mar. 2015. DJ 16 mar. 2015.

Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Apelação N. 0082113-91.2009.8.19.0001. Apelante: Banco Santander Brasil S.A. Apelado: Conceição Aparecida Rocha Dias. Rio de Janeiro, 02 de junho de 2010. Disponível em <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0003CB30D36FB9B143731F9E666D56D5DD426FC402435651>>. Acesso em 06 dez. 2015.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 0000904-57.2006.8.19.0017. Apelante: Raquel Soares Torres. Apelado: Banco do Brasil S/A. Relator: Denise Levy Tredler. Rio de Janeiro, 27 mai. 2008. Disponível em: <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0003F4871539DAC44AE78C56B2BD8E6B932B9FCBC35E125C&USER=>>>. Acesso em: 02 dez. 2015.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Recurso Inominado N. 0028627-98.2008.8.19.0205. Recorrente: Rodrigo Alves de Souza. Recorrido: Mobilita Comércio Indústria e Representações Ltda. Relator: Daniela Ferro Affonso Rodrigues Alves. Rio de Janeiro, 10 set. 2009. Disponível em: <<http://www4.tjrj.jus.br/ejud/ConsultaProcesso.aspx?N=20097000594910>>. Acesso em: 02 dez. 2015.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Apelação Cível N. 0307519-33.2009.8.19.0001. Apelante/apelado: Cecília Maria da Glória Silva Oliveira. Apelante/apelado: Banco Santander

Brasil S.A. Relatora: Lucia Maria Miguel da Silva Lima. Rio de Janeiro, 19 abr. 2011.
Disponível em: < <http://www4.tjrj.jus.br/ejud/ConsultaProcesso.aspx?N=201000151671>>.
Acesso em: 02 dez. 2015.

Tribunal Regional do Trabalho (2ª e 18ª Região)

SÃO PAULO. Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região. Recurso Ordinário N. 00526-2006-301-02-00-3. Recorrente: Unibanco – União de Bancos Brasileiros S.A. Recorrida: Ysquel da Silva Galeão. Relator: Ricardo Artur Costa e Trigueiros. São Paulo, 23 out. 2007. DJ 09 nov. 2007.

GOIÁS. Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região. Recurso Ordinário N. 0001943-53.2010.5.18.0009. Partes: Segredo de Justiça. Relator: Elvecio Moura dos Santos. Goiânia, 27 ago. 2012. Disponível em: <<http://trt-18.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/208235646/recurso-ordinario-trabalhista-ro-19435320105180009-go-00019435320105180009>>. Acesso em: 16 nov. 2015.