



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO
ARTIGO CIENTÍFICO

**OS ABUSOS BANCÁRIOS EM CONTRATOS DE EMPRÉSTIMO
CONSIGNADO.**

ORIENTANDO: THALLYS FERREIRA LOPO

ORIENTADORA: PROF^a. MESTRE ISABEL DUARTE VALVERDE

GOIÂNIA

2022

THALLYS FERREIRA LOPO

**OS ABUSOS BANCÁRIOS EM CONTRATOS DE EMPRÉSTIMO
CONSIGNADO.**

Artigo Científico apresentado à disciplina Trabalho de Curso II, da Escola de Direito e Relações Internacionais, Curso de Direito, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGOIÁS).

Profa. Orientadora: Mestre Isabel Duarte Valverde.

GOIÂNIA
2022

THALLYS FERREIRA LOPO

Data da Defesa: ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Profa. Ma. Isabel Duarte Valverde

Nota

Examinador Convidado: Profa. Ma. Ana Maria S. Duarte

Nota

SUMÁRIO

RESUMO	1
ABSTRACT	1
INTRODUÇÃO	2
1. A TRANSGRESSÃO DOS BANCOS AO PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO	3
1.1. O PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO.....	3
1.2. CONTRATO DE ADESÃO.....	3
1.3. A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR.....	5
2. A OCULTAÇÃO DE INFORMAÇÕES BÁSICAS NOS CONTRATOS DE EMPRÉSTIMO CONSIGNADO	8
2.1. DA OCULTAÇÃO QUANTO À MODALIDADE.....	9
3. A REAL APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO EMPRÉSTIMO CONSIGNADO	10
3.1. DA EFETIVIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	10
3.2. O ENTENDIMENTO DO PODER JUDICIÁRIO BRASILEIRO.....	12
3.3. ÓRGÃOS REGULAMENTADORES.....	14
CONCLUSÃO	15

REFERÊNCIAS.....	17
-------------------------	-----------

OS ABUSOS BANCÁRIOS EM CONTRATOS DE EMPRÉSTIMO CONSIGNADO.

Thallys Ferreira Lopo

RESUMO

O empréstimo consignado consiste em uma modalidade de empréstimo pessoal que tem como público-alvo os idosos, funcionários públicos e pensionistas do INSS. Será discutido se as grandes instituições financeiras se utilizam de práticas abusivas no âmbito dos contratos de empréstimo consignado ao omitir informações cruciais e levar o consumidor ao erro, e se há uma real aplicabilidade do Código de Defesa do consumidor. Tais práticas abusivas afetam diretamente a vida financeira do consumidor, que na maioria das vezes encontra-se superendividado.

Palavras-chave: instituições financeiras, princípio da informação, adesão e consumidor.

ABSTRACT

The payroll loan is a type of personal loan whose target audience is the elderly, civil servants and INSS pensioners. It will be discussed whether large financial institutions use abusive practices in the context of payroll loan contracts by omitting crucial information and leading the consumer to error, and whether there is a real applicability of the Consumer Protection Code. Such abusive practices directly affect the financial life of the consumer, who is most often over-indebted.

INTRODUÇÃO

O empréstimo consignado é uma das espécies existentes de empréstimo pessoal. O pagamento é descontado diretamente na folha de pagamento, conta corrente ou benefício previdenciário do contratante. Em tese, a consignação só pode ocorrer com a expressa autorização do cliente para a instituição financeira, ou seja, é necessária a existência de um contrato legítimo entre as partes.

Nesse íterim, uma das principais ocorrências de abuso bancário nos contratos de empréstimos consignados, se dá na violação ao Princípio da Informação, que ocorre quando a instituição financeira deixa de prestar informações claras ao consumidor, no âmbito do contrato entabulado entre as partes.

O Código de Defesa do Consumidor garante o acesso à informação, de forma clara e específica sobre aquilo que está sendo consumido, ou contratado. Porém, atualmente, existem milhares de casos em que são entabulados contratos com cláusulas de juros completamente abusivos, bem como, a ocultação de informações básicas como a soma total a pagar, com e sem financiamento. Tal informação é requisito previsto no Artigo 52 do CDC.

Assim, este trabalho, através de pesquisas bibliográficas e com um método dedutivo, visa analisar a recorrência desses abusos nos contratos de empréstimo consignado, bem como, as consequências causadas na área jurídica e na vida financeira dos consumidores, além de verificar se o Código de Defesa do Consumidor é realmente eficaz no combate dos abusos supramencionados e se há a fiscalização necessária dos órgãos competentes. Pois, denota-se que tais práticas são completamente abusivas com o consumidor, que age na maioria das vezes de boa-fé.

1. A TRANSGRESSÃO DOS BANCOS AO PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO

1.1 O PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO

Na contemporaneidade, as relações consumeristas ganham cada vez mais espaço na vida dos cidadãos. Nesse sentido, houve a necessidade da criação de normas regulamentadoras, para que a parte mais frágil das relações, o consumidor, fosse protegido de possíveis abusos cometidos pelos fornecedores de produtos e serviços.

Nesse diapasão, o legislador trouxe a Lei nº 8.078/1990, o Código de Defesa do Consumidor, que objetiva garantir a segurança do consumidor. Em seu artigo 6º, está disposto sobre os direitos básicos do consumidor, e o inciso III versa sobre as informações que devem ser fornecidas ao consumidor nas relações de consumo. *In verbis*:

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.

Diante do exposto, nota-se que o princípio da informação é o que garante ao consumidor a segurança daquilo que ele contrata. Pois, segundo a lei, todas as informações devem estar claras ao consumidor. Porém, percebe-se que nas relações de consumo, em sua maioria, há dúvidas se o princípio da informação é devidamente respeitado como deveria ser. Garcia (2015, p. 09), versa sobre o desequilíbrio existente nas relações consumeristas: “[...] *o desequilíbrio da relação de consumo é justamente a desigualdade ou déficit informativo dos consumidores. Nesse sentido, a informação se torna um dos mais importantes direitos dos consumidores hoje.*”

Diante disso, nota-se que a informação ao consumidor é muito importante para o regular prosseguimento das relações de consumo e que estremece de dúvidas se há um déficit de informação aos consumidores, principalmente em relação aos contratos de empréstimo consignado. Pois, nesse tipo de contrato, observa-se na maioria dos casos o contratante não está ciente de todas as condições contratuais

impostas a ele, seja a incidência de juros, formas de pagamento ou cláusulas abusivas.

1.2 CONTRATO DE ADESÃO

O contrato de adesão é aquele em que o fornecedor de produtos redige as cláusulas unilateralmente, restando ao consumidor somente aceitar tais cláusulas que estão sendo impostas no contrato. O contrato de adesão mais comum é o de empréstimo consignado, nele, o consumidor não tem qualquer poder para alterar as cláusulas estipuladas pelo contratado. O artigo 54 do Código de Defesa do Consumidor dispõe sobre o contrato de adesão. Vejamos:

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

Diante do exposto, resta evidente que o contrato de empréstimo consignado é um contrato de adesão, pois, o contratante não tem nenhum poder sobre o objeto do contrato, a não ser aceitá-lo. Gomes (2006, p. 07), versa sobre a condição de desigualdade entre o consumidor e o fornecedor de produtos e serviços. Vejamos:

[...] nesse tipo de contrato, em que inexistente possibilidade de negociação substancial de conteúdo, nota-se a flagrante condição de desigualdade entre o proponente e a massa anônima e dispersa do público, forçada a aceitar a imposição do conteúdo, sem, contudo, na maioria das vezes, ter a percepção clara quanto ao seu significado jurídico e econômico.

Assim, denota-se que nesse tipo de contrato, há uma falta de igualdade na relação consumerista, pois o lado mais forte acaba ganhando sempre. Morato (2002) também discorre sobre a injusta desigualdade contida nas relações consumeristas:

[...] a grande maioria dos contratos é criada unilateralmente pela vontade e decisão do fornecedor que, obviamente, dispõe de cláusulas favoráveis aos seus interesses, caracterizando-se pela ausência total de qualquer discussão prévia sobre sua composição. Os contratos, infelizmente, são impostos ao consumidor, que devem concordar com o modelo impresso que subscreve, depois de preenchidos os espaços em branco que lhe diz respeito.

Sendo assim, resta claro que a maioria dos contratos de empréstimo consignado são criados unilateralmente em benefício dos bancos, ocasião em que o consumidor não tem nenhum poder de escolha a não ser aceitar o produto oferecido.

1.3. A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

É cediço que a maioria da população brasileira se encontra no rol de inadimplentes, ou seja, o endividamento se tornou realidade cotidiana para os brasileiros. Segundo levantamento do Serasa, mais de 63,4 milhões de brasileiros estão com seus nomes no cadastro de inadimplentes.

Diante disso, nota-se que o consumidor em geral encontra-se em uma situação de vulnerabilidade. Sendo assim, os bancos se aproveitam para ofertarem créditos absurdos, com condições que levam o consumidor ao erro de julgamento e que muitas vezes não é compatível com a renda do contratante. COSTA, (2013, p.09) versa que:

[...] fator que estimula este tipo de contrato é publicidade do empréstimo consignado que, oferece como chamariz um crédito rápido e fácil, sem a exigência de garantias ou consulta prévia aos cadastros restritivos de crédito e frequentemente fazendo menção a crédito gratuito, o que gera a falsa impressão de que o mutuário, geralmente de classe média ou baixa, não terá de arcar com juros e demais encargos na contratação. A ampliação do crédito disponível no mercado de consumo, em especial, destinado a pessoas de baixa renda, de idade avançada, e pouca instrução se identificada a massa de consumidores titulares de benefícios do INSS ou trabalhadores assalariados, reclama a análise sobre a “hipervulnerabilidade” do destinatário do crédito consignado, que não tem condição alguma de entender as consequências advindas da sua contratação.

Portanto, nota-se que o consumidor não tem condições de entender claramente as cláusulas que são estipuladas nos contratos de empréstimo consignado, pois o consumidor, de boa-fé, se deixa levar pelas propagandas e ofertas que são repassadas e ao assinar o contrato de adesão, que contém uma linguagem totalmente diferente das publicidades, acaba sendo lesado.

Em uma pesquisa simples na *Internet*, é possível ver várias propagandas enganosas que omitem informações importantes, versando sobre o empréstimo consignado, aduzindo terem taxas maravilhosas, facilidade na contratação, dentre outros. FACHINETTO, LOPES E LUBIAN (2019) versam sobre:

As publicidades que omitem informações relevantes, são chamadas de publicidades enganosas, porque induzem o consumidor ao erro, como por exemplo, especialmente, o consumidor idoso, que contrata um empréstimo bancário, impressionado quanto às suas vantagens, por ser um “crédito fácil”, só compreendendo posteriormente que está sendo vítima de abusos, como a omissão quanto à alta taxa de juros nos empréstimos pessoais, quanto à contratação de seguro condicionado a concessão do financiamento, ou a portabilidade de empréstimo de uma financeira para outra em que o consumidor acredita ter “ganhado” este crédito, quando na verdade está contratando um novo empréstimo.

Assim, devido a posição de vulnerabilidade do consumidor, que se encontra na maioria das vezes endividado, precisando pagar suas contas, essas publicidades enganosas acabam por serem muito chamativas, pois tocam justamente naquilo que ele precisa no momento: o dinheiro fácil e rápido. Todavia, isso vem com um preço muito alto, o consumidor nem se tem noção de que foi realmente lesado pelo banco, vindo a ter esse conhecimento somente após ter pagado boa parte do contrato.

Por outro lado, temos a publicidade abusiva, que é quando o consumidor é abordado diretamente através de ligações telefônicas incessantes, contatos via *WhatsApp* e *e-mail*. FACHINETTO, LOPES E LUBIAN (2019), discorrem sobre. Vejamos:

[...] é aquela ilícita que se configura como abuso de direito e de confiança. Tal ocorre, por exemplo, com as contratações de empréstimo via telefone ou por aplicativos, como Facebook e WhatsApp, em que são feitos inúmeros questionamentos ao consumidor de maneira muito rápida, sem o devido tempo de análise e compreensão das propostas, o que facilita a omissão de informações ou a retratação de informações falsas, como por exemplo, a taxa de juros abusiva cobrada em empréstimos pessoais, só constatadas posteriormente com o cálculo do valor pago em sua totalidade.

Assim, tais condutas confrontam diretamente o Código de Defesa do Consumido, que repele totalmente a prática de propagandas abusivas e enganosas.

In verbis:

Art. 54-C. É vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não: [...]

IV – assediar ou pressionar o consumidor para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito, principalmente se tratar de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada ou se a contratação envolver prêmio;

Deste modo, conforme visto anteriormente, resta claro que as publicidades de empréstimo consignado são de fácil entendimento ao consumidor. Porém, no momento da contratação do crédito, quando o contratante precisa assinar o contrato, percebe-se que a linguagem é totalmente diferente, sendo formal e técnica, ocasião em que se torna de difícil entendimento para o consumidor. Diante disso, acaba por acreditar somente nas propagandas e ofertas que lhes foram feitas, aceitando as condições implícitas e abusivas nas cláusulas contratuais

2. A OCULTAÇÃO DE INFORMAÇÕES BÁSICAS NOS CONTRATOS DE EMPRÉSTIMO CONSIGNADO

Em muitos casos, há a falta de informações cruciais para o consumidor acerca do que ele realmente está contratando, tais sejam: a modalidade do contrato, a real porcentagem dos juros remuneratórios e encargos que serão cobrados e o valor total de quanto o contratante pagará ao final do contrato. Conforme visto anteriormente, vale ressaltar que segundo o Código de Defesa do Consumidor, é dever do banco prestar informações claras ao consumidor, sobre aquilo que ele está ofertando.

Conforme exposto anteriormente, o empréstimo consignado é um contrato de adesão, ao qual o consumidor não tem poder de escolha a não ser aceitar as cláusulas que lhes são impostas, o que abre espaço para que os bancos venham a violar os direitos do consumidor com práticas abusivas. MIRAGEM (2016, p. 217) discorre que a prática abusiva é:

[...] toda a atuação do fornecedor no mercado de consumo que caracterize o desrespeito a padrões de conduta negociais regularmente estabelecidos, tanto na oferta de produtos e serviços, quanto na execução de contratos de consumo, assim como na fase pós-contratual. Em sentido amplo, as práticas abusivas englobam toda a atuação do fornecedor em desconformidade com padrões de conduta reclamados, ou que estejam em desacordo com a boa-fé e a confiança dos consumidores.

Assim, resta evidente que ao utilizar-se de práticas abusivas em face ao consumidor, o fornecedor de serviços viola o princípio da informação.

2.1. DA OCULTAÇÃO QUANTO À MODALIDADE

Uma das práticas mais comuns, é quando o consumidor presume que está contratando um empréstimo consignado, quando na verdade, trata-se de cartão de crédito com reserva de margem consignável, tal conduta configura dano ao consumidor. Vejamos:

A 13ª câmara Cível do TJ/PR anulou contrato firmado entre um banco e um cliente por falta de transparência no instrumento contratual de consignado. Ao fixar indenização por dano moral, o colegiado verificou que não ficou claro no contrato se se tratava de empréstimo pessoal consignado ou de cartão de crédito com reserva de margem consignável.

Nessas situações, o banco oferece um crédito ao consumidor que, ao pensar se tratar de um empréstimo ordinário, aceita. Todavia, é descontado todo mês o valor no benefício previdenciário ou conta corrente do contratante, denominado como valor mínimo da “fatura” do cartão de crédito consignado. O que acontece é que não há um número definido de parcelas a serem pagas, fazendo com que a cobrança seja indeterminada, se tornando uma dívida sem fim, restando claro o dano ao contratante. FREITAS, (2021, p.57) versa sobre a reserva de margem consignável. Vejamos:

[...] nada mais é que o limite reservado no valor da renda mensal do benefício, destinado exclusivamente para uso no cartão de crédito. Nessa modalidade, o crédito é limitado e emprestado para pagamento da fatura mensal do cartão, com os gastos que se acumulam mensalmente pelo uso; ao final do período mensal, é descontado do contracheque do contratante ou de seu benefício previdenciário tão somente a parcela mínima para pagamento. Ou seja, o valor restante, que não é descontado, deve ser pago pelo cliente, por meio da fatura que é enviada à sua residência ou disponibilizada em portal eletrônico da instituição financeira. A forma em questão torna inviável conhecer previamente o valor financiado e o número de parcelas no momento da pactuação, o que depende de ação futura do consumidor, a variar, pois, conforme o uso do cartão e o pagamento das faturas mensais. Assim, o banco tem a certeza apenas do pagamento da parcela mínima, razão pela qual os encargos são maiores do que aqueles praticados no empréstimo consignado.

O Código de Defesa do Consumidor é claro ao dispor que o banco tem o dever de informar a modalidade do crédito ofertado, bem como, sobre as consequências do inadimplemento. Vejamos:

Art. 54-D. Na oferta de crédito, previamente à contratação, o fornecedor ou o intermediário deverá, entre outras condutas:

I – informar e esclarecer adequadamente o consumidor, considerada sua idade, sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, sobre todos os custos incidentes, observado o disposto nos arts. 52 e 54-B deste Código, e sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento.

SILVA E SANTOS (2012, p.271), versam sobre o dever do banco de prestar a informação clara ao consumidor. Vejamos:

[...] a informação deve ser prestada ao consumidor no ato da contratação (qualificação da informação), a qual deve ser clara, ostensiva, precisa e correta, visando sanar quaisquer dúvidas no ato da contratação e garantir o equilíbrio contratual entre as partes contratantes.

O Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Goiás também tem entendimento pacífico quanto a abusividade da conduta supramencionada. *In verbis*:

“DUPLA APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO C/C RESCISÃO CONTRATUAL, REPETIÇÃO DE INDÉBITO E DANO MORA. APLICAÇÃO DAS NORMAS CONTIDAS NO CDC. CONTRATO DE CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO. DESCONTOS REALIZADOS APENAS QUANTO À PARCELA MÍNIMA. ONEROSIDADE. ABUSIVIDADE. SÚMULA 63 DO TJGO. AUSÊNCIA DE REALIZAÇÃO DE PROVA PERICIAL. PEDIDO DE JULGAMENTO ANTECIPADO DO MÉRITO. RESTITUIÇÃO DE EVENTUAIS VALORES PAGOS A MAIOR REFERENTE AO CONTRATO DE CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO DESCARACTERIZADO PARA AJUSTE CONSIGNADO. POSSIBILIDADE NA FORMA SIMPLES A SER APURADO EM LIQUIDAÇÃO DE SENTENÇA. 1. Por ser de consumo a relação jurídica firmada entre o contratante e a instituição financeira, devem incidir sobre o objeto do litígio as normas consumeristas. (Súmula 297 do STJ) 2. Não sendo dado ao consumidor, no momento da contratação, ciência da real natureza do negócio, que combina duas operações distintas, o “empréstimo consignado” e o “cartão de crédito”, deve ser restabelecido o pacto na modalidade “crédito pessoal consignado”, no intuito de restabelecer o equilíbrio entre as partes contratantes. (Súmula 63 do TJGO) 3. Não há falar em acolhimento do pleito de reforma do julgado sob alegação de necessidade de produção de prova pericial técnica contábil para o fim de apuração de valores pagos a maior, tendo em vista que na oportunidade concedida para fazer referida postulação pediu pelo julgamento antecipado do mérito, evidenciando a desistência tácita de referido pleito. Contudo, ante a ausência de indicação pela autora em sua peça de entrada, dos valores a serem restituídos, é cabível a repetição do indébito, na forma simples, caso constatado, em liquidação de sentença, o pagamento de quantias derivadas de encargos indevidos, em repúdio ao enriquecimento ilícito de quem os recebeu. 4. Deixando a instituição financeira de prestar seus serviços pautada pelos princípios da lealdade, transparência, informação e cooperação, deve ser responsabilizada pelos danos morais sofridos pelo consumidor em virtude dos débitos infundáveis cobrados mensalmente em sua folha de pagamento. APELOS CONHECIDOS. 1º PARCIALMENTE PROVIDO. 2º DESPROVIDO. SENTENÇA REFORMADA.” (TJGO, APELAÇÃO 0321218-

91.2016.8.09.0044, Rel. ITAMAR DE LIMA, 3ª Câmara Cível, julgado em 31/07/2019, Dje de 31/07/2019).

Ante o exposto, resta claro que o banco é a parte beneficiada quando ocorre tal operação. Pois, o consumidor contratou algo que não tinha total conhecimento, sendo configurado o dano para a parte mais frágil da relação consumerista, que muitas vezes sem saber, é afetado diretamente em sua vida financeira, pois pelo desconto mensal das parcelas sem fim, sua renda é diminuída consideravelmente, ocasião em que tem menos poder de compra e controle de sua própria vida.

Assim, diante da prática de todas essas condutas abusivas, se discute se os bancos ferem o princípio da informação, lesando os consumidores que ao aderirem os contratos sem saberem o que realmente estão aceitando, acabam por se endividarem ainda mais, pois estão pagando por encargos e juros que não eram tão claros no ato da contratação, e que por muitas vezes, são cobranças abusivas.

3. A REAL APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO EMPRÉSTIMO CONSIGNADO

3.1 DA EFETIVIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Verifica-se que o Código de Defesa do Consumidor visa proteger o consumidor de possíveis abusos de fornecedores de serviços. Claudia Lima Marques explica que o direito do consumidor consiste em uma *“disciplina transversal entre o direito privado e o direito público, que visa proteger um sujeito de direitos, o consumidor, em todas as suas relações jurídicas frente ao fornecedor”*. (MARQUES, 2010, p.31).

Diante disso, restou evidente que a vulnerabilidade do consumidor é presente nas relações consumeristas de empréstimo consignado. RIBEIRO, (ANO, p.171) versa que:

As relações de consumo possuem, de forma patente, desequilíbrio de força entre as partes, em especial na sociedade atual de consumo de massa. Dessa forma, não há como se pensar em proteção ao consumidor sem partir do pressuposto de desequilíbrio e inferioridade deste diante do fornecedor. A vulnerabilidade, portanto, dentro do sistema protetivo do CDC, é uma presunção legal absoluta. Essa presunção tem efeito em diversas esferas relacionadas ao consumo. Ela impõe sempre um tratamento diferenciado da relação entre consumidor e fornecedor.

Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor discorre sobre a vedação quanto as práticas abusivas dos fornecedores em face do consumidor que seja mais frágil na relação. *In verbis*:

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 imprigir-lhe seus produtos ou serviços.

Todavia, restou evidente que diante de várias práticas abusivas demonstradas, não há uma eficácia completa do dispositivo. Pois, denota-se que não há a devida fiscalização aos causadores dos danos, cabendo destacar que o público-alvo das instituições financeiras são os funcionários públicos e os idosos.

Assim, restou claro que o contrato de adesão de empréstimo consignado pode vir a ser deveras oneroso a parte contratante. Nesse sentido, é facultado a ele revisar possíveis cláusulas contratuais que venha a considerar abusivas. O Código de Defesa do Consumidor é claro ao versar sobre a nulidade das cláusulas abusivas. Vejamos:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;

II - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;

III - transfiram responsabilidades a terceiros;

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

VI - estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;

VII - determinem a utilização compulsória de arbitragem;

VIII - imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;

IX - deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;

X - permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral;

XI - autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;

XII - obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor;

XIII - autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;

XIV - infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais;

XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;

Portanto, é notório que existem várias situações que ensejam ao consumidor a recorrer ao Poder Judiciário para procurar seus direitos. Porém, por falta de conhecimento técnico ou jurídico, acaba sendo lesado ao não procurar pelos seus direitos.

3.2. O ENTENDIMENTO DO PODER JUDICIÁRIO BRASILEIRO

É importante salientar que quando isso ocorre, temos um entendimento que favorece o consumidor no que tange o sistema jurídico brasileiro. O Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Goiás formulou a súmula n.º 63, a qual discorre sobre abusividade de uma das modalidades de crédito, sendo o cartão de crédito consignado. *In verbis*:

Os empréstimos concedidos na modalidade 'Cartão de Crédito Consignado' são revestidos de abusividade, em ofensa ao CDC, por tornarem a dívida impagável em virtude do refinanciamento mensal, pelo desconto apenas de parcela mínima devendo receber o tratamento de crédito pessoal consignado, com taxa de juros que represente a média do mercado de tais operações, ensejando o abatimento no valor devido, declaração de quitação do contrato ou a necessidade de devolução do excedente, de forma simples ou em dobro, podendo haver condenação em reparação por danos morais, conforme o caso concreto.

Ante o exposto, resta claro que a aplicação da modalidade "Cartão de Crédito Consignado" é uma prática abusiva dos bancos, sendo inclusive reconhecida pelo Poder Judiciário. O Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de Goiás tem o seguinte entendimento:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE REPETIÇÃO DE INDÉBITO C/C DANO MORAL. CONTRATO DE CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO. ABUSIVIDADE. SÚMULA N° 63 DO TJGO. ENCARGOS FINANCEIROS. TAXA MÉDIA DE MERCADO. REPETIÇÃO DE INDÉBITO NA FORMA SIMPLES. DANO MORAL INEXISTENTE. INVERSÃO DO ÔNUS SUCUMBENCIAL. 1. Nos termos do Enunciado nº 63 das Súmulas do TJGO: “Os empréstimos concedidos na modalidade “Cartão de Crédito Consignado” são revestidos de abusividade, em ofensa ao CDC, por tornarem a dívida impagável em virtude do refinanciamento mensal, pelo desconto apenas da parcela mínima devendo receber o tratamento de crédito pessoal consignado, com taxa de juros que represente a média do mercado de tais operações, ensejando o abatimento no valor devido, declaração de quitação do contrato ou a necessidade de devolução do excedente, de forma simples ou em dobro, podendo haver condenação em reparação por danos morais, conforme o caso concreto” 2. Não constando do contrato o percentual de juros remuneratórios contratados, deve ser aplicada a taxa média de mercado referente às operações de empréstimo pessoal consignado, segundo dados divulgados pelo Banco Central do Brasil. 3. A repetição de indébito é perfeitamente admitida na forma simples, quando verificada a cobrança e o pagamento indevido de encargo, bem como a ausência de má-fé da parte adversa. Precedentes deste Sodalício. 4. Os fatos narrados não suplantaram a esfera do mero aborrecimento, diante do simples desacordo comercial, não atingindo os direitos da personalidade da parte apelante. 5. Considerando a sucumbência mínima do autor/apelante, inverte o ônus sucumbencial, condenando o apelado ao pagamento das custas processuais e honorários advocatícios, estes arbitrados em 10% (dez por cento) sobre o valor atualizado da causa, nos termos do art. 85, §2º, CPC. **APELAÇÃO CONHECIDA E PARCIALMENTE PROVIDA.** (TJGO, *Apelação (CPC) 5370013-85.2017.8.09.0051, Rel. JOSÉ CARLOS DE OLIVEIRA, 2ª Câmara Cível, julgado em 06/02/2020, DJe de 06/02/2020*)

Portanto, resta evidente que a prática do Cartão de Crédito Consignado é totalmente abusiva e repelida pelo Código de Defesa do Consumidor e pelo Poder Judiciário, além de ensejar danos morais ao consumidor. Vejamos:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE REPETIÇÃO DE INDÉBITO C/C DANOS MORAIS. APLICAÇÃO DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA. CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO. SÚMULA N. 63/TJGO. DANOS MORAIS DEVIDOS. QUANTUM INDENIZATÓRIO. RESTITUIÇÃO DE VALORES NA FORMA SIMPLES. HONORÁRIOS RECURSAIS. 1. A relação jurídica existente entre as partes é consumerista, aplicando -se, in casu, o Código de Defesa do Consumidor, nos termos dos arts. 2º e 3º. Além disso, o enunciado da súmula n. 297, do Superior Tribunal de Justiça, prevê que "O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras". 2. Cuida -se de contrato bancário de cartão de crédito consignado em folha de pagamento, com prestações sem número ou prazo determinado, com desconto apenas do mínimo do valor da fatura mensal efetuado direto da folha de pagamento do autor/servidor público, em que o banco refinancia o restante do valor total devido, tornando a dívida impagável, devendo, assim, ser analisado como empréstimo consignado, em benefício do consumidor hipossuficiente. 3. A forma abusiva de cobrança do mútuo, que impossibilita a quitação do débito inicial, por longo período de tempo, gera danos morais indenizáveis, cujo valor de R\$ 6.000,00 (seis mil reais), fixado em sentença com observância dos critérios de razoabilidade e proporcionalidade, merece ser mantida. [...]. 5.

APELAÇÃO CÍVEL CONHECIDA EPARCIALMENTE PROVIDA. (TJGO, Apelação (CPC) 5035860-65.2018.8.09.0051, Rel. GUILHERME GUTEMBERG ISAC PINTO, 5ª Câmara Cível, julgado em 22/11/2019, DJe de 22/11/2019) (grifei)

Nessa conjectura, identifica-se que o Código de Defesa do Consumidor traz os princípios e normas gerais para a proteção do consumidor, tentando protegê-lo de diversas condutas abusivas dos fornecedores, conforme demonstrado, significando um avanço, porém, sem alcançar o efeito desejado. Verificou-se que há uma grande atuação do Poder Judiciário, que só pode agir dentro do que versa o CDC.

Assim, resta evidente que o dispositivo não consegue englobar todas as situações experimentadas nas relações consumeristas. Diante dessa insuficiência legislativa, outros órgãos tentam regulamentar normas para uma melhor proteção ao consumidor.

3.3. ÓRGÃOS REGULAMENTADORES

Nesse âmbito, o INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) regulamentou a Instrução Normativa 28/2008, que prevê a proibição de marketing ativo com o intuito de convencer o beneficiário do INSS a celebrar contrato de empréstimo pessoal antes do prazo de 180 (cento e oitenta) dias da data em que fora concedido o benefício, sob pena de suspensão de novas consignações por parte das instituições financeiras. Em caso de reiterações de tais condutas, a pena é a proibição da realização de um novo convênio pelo prazo de cinco anos.

Assim, verifica-se que a legislação trata o assunto na melhor medida possível. Porém, denota-se que os abusos advindos das instituições financeiras acontecem por uma falta de fiscalização e posterior punição, além de uma melhor conscientização dos usuários do empréstimo consignado. Segundo levantamento do INSS, a quantidade de reclamações dos contratantes de consignados é ínfima se comparado ao total de contratos ativos. RIBEIRO, (2022, p. 182) discorre que:

Essa ausência de reclamação junto ao INSS por parte dos beneficiários demonstra a falta de conhecimento dos usuários dos seus direitos e meios de solução, cabendo ao INSS e aos órgãos de defesa do consumidor a implantação de campanhas de conscientização dessa população-alvo para

que tome conhecimento das condutas abusivas que pode estar sofrendo, bem como dos mecanismos e canais para a solução.

Portanto, conforme já discorrido anteriormente, resta clara a desigualdade do consumidor em relação ao banco, fazendo-se necessária a imposição de medidas educativas que visem atingir esse público-alvo, além de que os órgãos competentes aumentem a fiscalização dos bancos, reprimindo as práticas consideradas abusivas, bem como, punindo as instituições na forma prevista da lei.

Diante do exposto, verifica-se que há a falta de efetividade do Código de Defesa do Consumidor quanto a sua aplicabilidade nos casos concretos. Pois, devido ao grande número de ocorrências de transgressões das instituições financeiras, houve a necessidade da criação de novas normas regulamentadoras.

CONCLUSÃO

Destarte, diante de tudo o que foi exposto, conclui-se que os bancos incorrem na violação ao princípio da informação ao omitirem informações cruciais nos contratos de empréstimo consignado, bem como, violam diretamente o Código de Defesa do Consumidor que veda todas as práticas supramencionadas.

Assim, verificou-se que o CDC e as normas vigentes tentam ao máximo minimizar tais condutas abusivas. Porém, o dispositivo legal parece ser ignorado pelas instituições financeiras, tendo em vista o enorme número de consumidores lesados.

Diante disso, se faz necessária uma aplicação mais severa da lei, que os órgãos competentes fortaleçam a fiscalização e que havendo a transgressão ao CDC e as normas regulamentadoras, que as punições previstas sejam de fato aplicadas, no intuito de inibir as condutas abusivas.

Além disso, diante da hipossuficiência constatada do consumidor e sua falta de conhecimento técnico e jurídico, é necessária a imposição de medidas educativas,

seja via TV, rádio ou *internet*, no objetivo de informar e ensinar a estes consumidores sobre as práticas abusivas que os bancos podem vir a praticar.

REFERÊNCIAS

Banco indenizará por falta de informação clara em contrato de consignado. Disponível em: < <https://www.migalhas.com.br/quentes/334731/banco-indenizarapor-falta-de-informacao-clara-em-contrato-de-consignado>>. Acesso em: 30/05/2022.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

COSTA, Jessica Hind Ribeiro. **A possibilidade de anulação dos contratos de empréstimo consignado a partir da caracterização do superendividamento.** Disponível em: < <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=d450f01b90e9cfa5>>. Acesso em: 30/05/2022.

FREITAS, Leandro Ernani. **O Contrato de Reserva de Margem Consignável na Jurisprudência Catarinense.** Florianópolis: Revista da ESMESC, v. 28, n. 34, 2021. Disponível em: <<https://revista.esmesc.org.br/re/article/view/254>> Acesso em: 12 set. 2022.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **O princípio da informação na pós-modernidade: direito fundamental do consumidor para o equilíbrio nas relações de consumo.** Disponível em: < <https://core.ac.uk/reader/234558221> > Acesso em: 30/05/2022.

GOMES, Rogério Zuel. **A nova ordem contratual: pós-modernidade, contratos de adesão, condições gerais de contratação, contratos relacionais e redes contratuais.** Disponível em: <<https://www.rzg.adv.br/assets/artigo-04.pdf>>. Acesso em: 30/05/2022.

Lubian, RAFAELA ANDRESSA RENZ; Lopes, ALEXIA GABRIELA CAMARGO e Fachinetto, FABIANA. **PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA NOS CONTRATOS DE EMPRÉSTIMO PARA IDOSOS.** Disponível em: < <https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaocohecimento/article/view/12417/11080>> Acesso em set. 2022.

MARQUES, Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor.** 5ª edição. São Paulo: THOMSON REUTERS REVISTA DOS TRIBUNAIS, 2010.

MORATO, Maria Camila Ursaia. **Falta de informação para consumidor gera anulação de contrato.** Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2002-set-01/consumidor_direito_informacao_contratos>. Acesso em: 30/05/2022.

RIBEIRO, Ethel Francisco. **A proteção do idoso no mercado de consumo de crédito pessoal consignado.** Disponível em: <<https://revista.jfpe.jus.br/index.php/RJSJPE/article/view/263>>. Acesso em: 20 set. 2022.

SILVA, Michael César da Silva; SANTOS, Wellington Fonseca dos. **O Direito do Consumidor nas Relações de Consumo Virtuais.** Brasília, n. 194, abr./jun. 2012. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/496589/000952705.pdf?sequence>> Acesso em: 12 set. 2022.

TJGO, APELAÇÃO 0321218-91.2016.8.09.0044, Rel. ITAMAR DE LIMA, 3ª Câmara Cível, julgado em 31/07/2019, Dje de 31/07/2019.

TJGO, Apelação (CPC) 5370013-85.2017.8.09.0051, Rel. JOSÉ CARLOS DE OLIVEIRA, 2ª Câmara Cível, julgado em 06/02/2020, DJe de 06/02/2020

Apelação (CPC) 5035860-65.2018.8.09.0051, Rel. GUILHERME GUTEMBERG ISAC PINTO, 5ª Câmara Cível, julgado em 22/11/2019, DJe de 22/11/2019