

**ESCOLA DA MAGISTRATURA DO ESTADO DO PARANÁ
XXVII CURSO DE PREPARAÇÃO À MAGISTRATURA
NÚCLEO CURITIBA**

BRUNA GREGGIO

**O MICROCRÉDITO COMO MECANISMO DE PREVENÇÃO DO
SUPERENDIVIDAMENTO**

**CURITIBA
2009**

BRUNA GREGGIO

**O MICROCRÉDITO COMO MECANISMO DE PREVENÇÃO DO
SUPERENDIVIDAMENTO**

Monografia apresentada como requisito parcial para conclusão do Curso de Preparação à Magistratura em nível de Especialização. Escola da Magistratura do Paraná, Núcleo de Curitiba.

Orientador: Prof. Antônio Carlos Efig

**CURITIBA
2009**

TERMO DE APROVAÇÃO

BRUNA GREGGIO

O MICROCRÉDITO COMO MECANISMO DE PREVENÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO

Monografia aprovada como requisito parcial para conclusão do Curso de Preparação à Magistratura em nível de Especialização, Escola da Magistratura do Paraná, Núcleo de Curitiba, pela seguinte banca examinadora.

Orientador: _____

Avaliador: _____

Curitiba, de de 2009.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.	6
1. CONSUMIDOR E MICROCRÉDITO.	8
1.1 CONCEITO DE CONSUMIDOR.....	8
1.2 O ACESSO AO CRÉDITO.....	16
1.3. O MICROCRÉDITO.....	20
2. SUPERENDIVIDAMENTO.	24
2.1 CONCEITO E CARACTERÍSTICAS.....	25
2.2. CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO: SUPERENDIVIDAMENTO ATIVO E PASSIVO.....	27
2.3. PERFIL DO SUPERENDIVIDADO.....	31
2.4. PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	34
2.4.1. Boa-fé.....	34
2.4.2. Informação.	37
2.4.3. Solidariedade Contratual.....	40
3. MICROCRÉDITO E SUPERENDIVIDAMENTO.	41
CONCLUSÃO.	46
BIBLIOGRAFIA.	48

RESUMO

O presente trabalho monográfico tem a intenção de demonstrar como a utilização correta do microcrédito pode servir como mecanismo de prevenção do superendividamento, problema atual que atinge camada grande da população brasileira. Com a ajuda da teoria maximalista de conceito de consumidor fica claro a aplicação do direito de consumo na oferta do microcrédito e, conseqüentemente, como forma de prevenir o fenômeno do superendividamento. Ao utilizar os princípios consumeristas como da boa-fé e da solidariedade contratual, a oferta responsável do microcrédito torna-se mecanismo válido para evitar a marginalização do ser humano do mercado de consumo, mantendo-o nesta sociedade.

INTRODUÇÃO

O presente estudo tratará de como a concessão do microcrédito pode ajudar a prevenir o superendividamento.

Superendividamento e microcrédito são temas recentes no cotidiano brasileiro e raros são os trabalhos que ousam combinar os dois. Todavia, sua importância é extrema eis que o superendividamento é fenômeno social que atinge grande camada da população, tendendo a atingir um número cada vez maior de pessoas e o microcrédito é uma construção ideológica implementada inicialmente por Muhammad Yunus que está sendo copiada por diversos outros países, inclusive o Brasil.

Assim, percebe-se que é importante para os aplicadores do direito começarem a analisar com mais afinco esses assuntos, de forma a poder criar novas ideias e fazer com que a ciência do direito evolua para o sentido de proteção da pessoa em seus projetos tanto patrimoniais quanto existenciais.

A monografia foi dividida em três capítulos. No primeiro capítulo, será abordado qual o conceito de consumidor que melhor se encaixa na realidade proposta bem como será feito um pequeno aporte sobre conceito de microcrédito e sua aplicação. O segundo capítulo tratará do superendividamento. Nele, estão inseridas as opiniões mais recentes e respeitadas sobre o tema. Verificar-se-á seu conceito, sua forma de aplicação, o perfil do superendividado brasileiro, e principalmente os princípios consumeristas que nortearão toda a fundamentação desta monografia. Por

fim, no terceiro capítulo tratar-se-á sobre a razão de o microcrédito dever ser utilizado como uma das formas de prevenir o superendividamento.

1. CONSUMIDOR E O MICROCRÉDITO

1.1. CONCEITO DE CONSUMIDOR

Para análise do que venha a ser o superendividamento e como o microcrédito ajuda a preveni-lo, é necessário antes que se defina o conceito de consumidor adotado neste trabalho.

O conceito de consumidor adotado é pressuposto lógico para a viabilidade de se utilizar o microcrédito como mecanismo para prevenir o superendividamento.

O Código de Defesa do Consumidor pode ser considerado como avanço legislativo da sociedade brasileira no trato das relações de consumo, relações que permeiam a maior parte da vida dos cidadãos. Com a inclusão de princípios constitucionais, que mais tarde viriam a ser incluídos no Código Civil de 2002, e conceitos e disposições que tornam efetiva a tutela do mais vulnerável, o Código de Defesa do Consumidor tornou-se um marco na história do país.¹ Com o Código em mãos, o aplicador do direito é capaz de prevenir e corrigir injustiças, reeducando a sociedade inserindo-a neste novo modo de pensar.

¹ Ronaldo Bessa diz que o Código Civil preocupa-se em garantir a estabilidade das 'regras do jogo', já as leis especiais as alteram para garantir os objetivos sociais e econômicos definidos pelo Estado. In: BESSA, Leonardo Roscoe. **Relação de Consumo e Aplicação do Código de Defesa do Consumidor**. 2ª ed. rev. e atual. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2009.

A figura do consumidor é pedra angular desta nova atitude. O art. 2º do Código de Defesa do Consumidor define este personagem principal:

Art. 2º: Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único: Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Assim, de plano, verifica-se que, ao contrário de outros países,² o CDC não excluiu a pessoa jurídica da categoria de consumidor. Quanto a este tema não há grande divergência doutrinária. Todavia, o termo “destinatário final” cria certos embaraços na doutrina bem como na jurisprudência.

Cláudia Lima Marques³ indica que há três teorias que norteiam a interpretação deste artigo: a teoria maximalista, a teoria finalista e a teoria do finalismo aprofundado.

Para os maximalistas o Código de Defesa do Consumidor veio para regular as relações de consumo não só a fim de tutelar o consumidor, destinatário final do produto, mas tutelar a relação jurídica em si entabulada, devendo ambas as partes (consumidor e fornecedor) respeitar os princípios nela inseridos.

Esta teoria maximaliza a interpretação do art. 2º do CDC considerando consumidor não só o destinatário final do produto (aquele que o retira da cadeia de produção), mas todos aqueles que participam de relação jurídica com o fornecedor.

Sobre os maximalistas, a autora enuncia:

² O professor José Geraldo Brito Filomeno faz um aporte interessante sobre a exclusão da pessoa jurídica como consumidor em seu livro: **FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003.**

³ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.** 5ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 303.

O CDC seria um Código Geral sobre consumo, um código para sociedade de Consumo, o qual institui normas e princípios para todos os agentes do mercado que ora podem assumir os papéis de fornecedores ora de consumidores. A definição do art. 2º deve ser interpretada extensivamente, segundo esta corrente, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relação de mercado. Consideram que a definição do art. 2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não um fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço. Destinatário final seria um destinatário fático do produto, aquele que o retira do mercado e o utiliza, o consome.⁴

Assim, seria desperdício da força que o Código propaga considerar consumidor somente o destinatário final do produto ou serviço. Agindo assim, o aplicador do direito estaria sub-utilizando os princípios que o CDC enuncia nas relações em que uma das partes é vulnerável e hipossuficiente técnica, jurídica ou psicologicamente em relação ao outro.

Para os adeptos desta teoria não faz sentido excluir certas situações do manto do Código de Defesa do Consumidor simplesmente pelo fato de a parte vulnerável e hipossuficiente não retirar o produto ou serviço da linha de produção.

Antônio Carlos Efiging se filia a corrente maximalista:

Diante desta conceituação, não resta dúvida de que nos filiamos à corrente maximalista, isto porque somos da opinião que o CDC veio para introduzir nova linha de conduta entre os partícipes da relação jurídica de consumo. Assim, não importa ter vislumbrado a relação de hipossuficiência do consumidor, como querem alguns autores, mas sim uma completa moralização das relações de consumo da sociedade brasileira (...).⁵

Esta corrente deixa de analisar o consumidor somente em seu caráter econômico. É fundamental que se caracterize o consumidor abarcando além de seu aspecto econômico, o seu aspecto social e psicológico (no qual o consumidor é o

⁴ Idem, p. 303.

⁵ EFING, Antônio Carlos. **Contratos e Procedimentos à Luz do Código de Defesa do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999 (Biblioteca de Direito do Consumidor – 12), p. 46.

sujeito cujas reações se estudam a fim de se individualizar os critérios para produção e as motivações internas que o levam ao consumo). Somente quando se leva em conta estes outros aspectos, é possível a aplicação do Código de Defesa do Consumidor de forma justa.

Luiz Antônio Rizzato Nunes, outro adepto desta corrente, alega que o problema do uso dos vocábulos “destinatário final” está relacionado com o caso daquela pessoa que adquire produto ou serviço como destinatária fática, mas que usará tal bem como típico de produção.

A lei n.º 8078/90 regula o pólo de consumo, isto é, pretende controlar os produtos e serviços oferecidos, postos à disposição, distribuídos e vendidos no mercado de consumo e que foram produzidos para serem vendidos, independentemente do uso que se vá fazer deles. Assim, para Luiz Antônio Rizzato Nunes “toda vez que um produto ou serviço puderem ser usados como bem de consumo, incide na relação as regras do CDC”⁶

O autor explica sua opinião com a interpretação do art. 51, I do CDC. Para ele, o legislador assim dispôs porque sabe que é possível adquirir produto ou serviço de consumo para fins de produção.

O CDC, para o professor Rizzato Nunes, possui a ideia de que há bens de consumo (produtos ou serviços) que são adquiridos para fins de produção, sem que a relação jurídica estabelecida deixe de ser de consumo, tanto que recebe ela o tratamento diferencial da norma prevista no inciso I do art. 51 do CDC.

⁶ NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 2ª Ed. rev. modif. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 79.

Por outro lado, a corrente finalista considera que o art. 2º do CDC deve ser interpretado literalmente, de forma restrita.

Cláudia Lima Marques⁷, adepta deste teoria, aduz que para entender o conceito de consumidor adotado pelo CDC é necessário analisar o significado de destinatário final.

A doutrina finalista declara que destinatário final não é o destinatário fático do produto. O destinatário final é quem retira da cadeia de produção o produto ou serviço de consumo. Se assim não for, o produto ou serviço será novamente um instrumento de produção cujo custo será incluído no preço final do profissional que o adquiriu.

Para esta doutrina, ainda que a pessoa jurídica possa ser considerada como consumidora, dizer que se aplica o CDC, sem qualquer distinção, ainda que fornecedora de bem ou serviço, é ir contra toda a epistemologia que embasa este microsistema jurídico.

A pessoa jurídica não é vulnerável (característica essencial ao consumidor), e os bens ou serviços que adquire são bens que vão integrar a produção de sua empresa e, conseqüentemente, o preço final do produto.

Assim, ao abarcar o maior número de relações jurídicas, a tutela do consumidor perde a força dada pelo CDC. Deve, portanto, ser interpretado restritivamente o conceito de consumidor a fim de que esta figura tão peculiar permaneça como pedra angular do sistema consumerista.

⁷ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 303.

Ao argumento de que os princípios enunciados pelo CDC devem permear todas as relações jurídicas, José Geraldo Brito Filomeno aduz que os princípios enunciados pelo CDC ou são próprios das relações em que um consumidor se envolve ou relembram princípios (..) “tão antigos quanto a própria consciência do Direito pelos povos mais antigos (equilíbrio, boa-fé, harmonia, etc)e que devem permear todas as relações humanas”.⁸

Dessa forma, o aplicador do direito não precisaria se utilizar dos princípios dispostos no CDC para regularizar uma relação jurídica comercial, eis que tais princípios decorrem da leitura da Constituição Federal e, depois de 2003, da leitura do Código Civil.

Com o advento do novo Código Civil, anuncia-se uma terceira teoria no trato da matéria. Essa teoria é chamada de finalista aprofundada e está sendo aplicada pelo Superior Tribunal de Justiça.

O STJ apresenta-se efetivamente mais “finalista” e, executando uma interpretação do campo de aplicação das normas do CDC de forma mais subjetiva quanto ao consumidor, porém mais objetivo quanto à atividade ou papel do agente na sociedade de consumo, adota a equiparação do art. 29 do CDC, em se tratando de pessoa jurídica que comprova ser vulnerável e atua fora do âmbito de sua especialidade.

Contudo, para caracterização desta parte como consumidor, exige-se a prova da vulnerabilidade *in concreto*. Colaciona-se, aqui, acórdão que explicita bem esse novo pensar jurídico:

⁸ **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto.** 8ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004, p. 36.

CIVIL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. EMPRESA CONCESSIONÁRIA DE FORNECIMENTO DE ENERGIA. DESPACHO SANEADOR. RELAÇÃO DE CONSUMO. ART. 2º DO CDC. ILEGITIMIDADE ATIVA "AD CAUSAM".

(..)

3. No tocante ao segundo aspecto – inexistência de relação de consumo e conseqüente incompetência da Vara Especializada em Direito do Consumidor – razão assiste ao recorrente. Ressalto, inicialmente, que se colhe dos autos que a empresa-recorrida, pessoa jurídica com fins lucrativos caracteriza-se como consumidora intermediária, porquanto se utiliza do serviço de fornecimento de energia elétrica prestado pela recorrente, com intuito único de viabilizar sua própria atividade produtiva.

Todavia, cumpre consignar a existência de certo abrandamento na interpretação finalista, na medida em que se admite, excepcionalmente, desde que demonstrada, in concreto, a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, a aplicação das normas do CDC. Quer dizer, não se deixa de perquirir acerca do uso, profissional ou não, do bem ou serviço; apenas, como exceção e à vista da hipossuficiência concreta de determinado adquirente ou utente, não obstante seja um profissional, passa-se a considerá-lo consumidor. Ora, in casu, a questão da hipossuficiência da empresa recorrida em momento algum foi considerada pelas instâncias ordinárias, não sendo lícito cogitar-se a respeito nesta seara recursal, sob pena de indevida supressão de instância (Precedentes: REsp. 541.867/BA, DJ 10.11.2004).

4. Por tais fundamentos, CONHEÇO PARCIALMENTE DO RECURSO ESPECIAL, E, NESTA PARTE, DOU-LHE PROVIMENTO, para, afastando a relação de consumo, determinar a incompetência absoluta do Juízo de Direito da 11ª Vara Especializada da Defesa do Consumidor para processar e julgar o feito. Reconheço, outrossim, a nulidade dos atos processuais praticados e determino a distribuição do processo a um dos Juízos Cíveis da Comarca de Vitória/ES.

(REsp 661.145/ES, Rel. Ministro JORGE SCARTEZZINI, QUARTA TURMA, julgado em 22/02/2005, DJ 28/03/2005 p. 286)

Para Ronaldo Roscoe Bessa,⁹ a fragilidade do consumidor é a razão de sua proteção pelo Estado. Assim, deve-se verificar a existência de vulnerabilidade da parte. Esta vulnerabilidade não precisa ser necessariamente econômica, podendo se consubstanciar em vulnerabilidade técnica, jurídica, fática e informacional.¹⁰

⁹ BESSA, Leonardo Roscoe. **Relação de Consumo e Aplicação do Código de Defesa do Consumidor**. 2ª ed. rev. e atual. São Paulo:Revista dos Tribunais, 2009.

¹⁰ A vulnerabilidade técnica refere-se à ausência de conhecimento específico das características dos produtos ou serviços que está adquirindo. Vulnerabilidade jurídica é a “falta de conhecimentos específicos jurídicos, bem como a superioridade jurídica do fornecedor que geralmente possui uma

Para solução dos casos difíceis, os conceitos precisam ser analisados sob perspectiva constitucional e funcional, vale dizer, verificando, em concreto, a presença da vulnerabilidade, sob os seus diversos aspectos.¹¹

Portanto, infere-se que este autor adota a teoria do finalismo aprofundado defendendo que o art. 2º do CDC deve ser interpretado restritivamente em relação à pessoa jurídica a fim de que a aplicação do CDC esteja de acordo com a perspectiva constitucional.

Ousando discordar, este trabalho adota a teoria maximalista do conceito de consumidor. Não há razão para que pessoas que adquirem um bem de consumo, ainda que para inserir ou ajudá-las em sua atividade empresarial, deixem de ser tuteladas pelo Código de Defesa do Consumidor.

Quando uma costureira adquire uma máquina de costura para que possa vender suas roupas, por óbvio que esta relação entabulada foi de consumo. Admitir o contrário seria cometer uma injustiça, porque a máquina de costura é um bem de consumo e a costureira não deixa de ser vulnerável e hipossuficiente quando da compra da máquina, simplesmente porque a máquina será usada na produção de suas roupas.

Os princípios norteadores do CDC são fundamentais às relações de consumo e devem ser aplicados em situações que existe à disposição um bem de consumo.

aparato de consultoria jurídica em sua própria sede, sendo litigante habitual. Já a vulnerabilidade fática decorre da superioridade econômica do fornecedor e a vulnerabilidade informacional está vinculada à importância da aparência, da comunicação, num mercado cada vez mais rápido visual e de risco.”

¹¹ BESSA, Leonardo Roscoe. **Relação de Consumo e Aplicação do Código de Defesa do Consumidor**. 2ª ed. rev. e atual. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2009, p. 54.

Não há motivo para isentar certas pessoas de cumprir os princípios do CDC quando elas estabelecem relações com não destinatários finais do produto. Para que haja uma sociedade mais justa e de acordo com os princípios e objetivos constitucionais é necessário que o aplicador do direito tenha consciência de que a parte passiva é vulnerável em relação a outra parte e não pode ficar desprotegida.

Considerando que a interpretação dada ao art. 2º do CDC deve ser extensiva e considerando que os princípios que regem o CDC devem ser aplicados na sociedade de consumo que vivemos, passaremos agora a analisar a importância do microcrédito.

1.2. O ACESSO AO CRÉDITO

Nunca o crédito esteve tão acessível como está agora. O capitalismo precisa de consumidores. E, para que existam esses consumidores, crédito tem que ser ofertado. Assim, as instituições financeiras bem como os grandes grupos varejistas oferecem crédito para que as pessoas ingressem na posição de consumidores e façam a economia se desenvolver.

A concessão de crédito cria condições de acesso ao consumo e frequentemente se apresenta como o único meio para aquisição de produtos e serviços.¹² O crédito, portanto, serve como propulsor do capitalismo, subsidiando a atividade econômica sendo, ao mesmo tempo, utilizado pelo fornecedor como forma de poder capaz de cometer abusos diante de sua superioridade econômica, intelectual e técnica.

Assim, é necessário que o legislador bem como o aplicador do direito crie técnicas de conter este abuso.

Atualmente, o acesso ao crédito se tornou tão grande que não se exige mais qualquer garantia do consumidor sobre sua liquidez financeira, o que causa um grande risco ao próprio mercado de consumo. Uma vez que não se exige tal garantia, o risco de inadimplência é maior e tal risco é embutido nos encargos existentes decorrentes do serviço de empréstimo do crédito.

Assim, o consumidor entra num círculo vicioso, onde precisa do crédito para consumir se endividando de tal forma que precisa novamente tomar empréstimos para pagar suas dívidas anteriores. Tal fórmula não se sustenta por muito tempo o que acaba marginalizando algumas pessoas do acesso ao consumo. Tais pessoas, portanto, são excluídas da sociedade por não serem mais consumidores.

Esta situação vem muito bem expressada nas palavras de Vincenzo Demetrio Florenzano,¹³ que argumenta que é a camada de baixa renda que não consegue acesso ao mercado do crédito, tendo em vista que esta camada demanda produtos e serviços

¹² CARPENA, Heloisa; CAVALLAZZI, Rosânegal Lunardelli. *Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. n.º 55, jul-set. de 2005, p. 135.

¹³ FLORENZANO, Vincenzo Demetrio. Os Grandes Bancos e a democratização do crédito: uma proposta de regulação IN: **Revista de Direito bancário e do Mercado de Capitais**, ano 8, n. 27 – jan/mar de 2005, p. 85.

nos quais o montante envolvido nas operações é pequeno quando comparado aos custos das instituições financeiras bem como porque estas pessoas não possuem bens a oferecer como garantia para os empréstimos, o que aumenta excessivamente os riscos que normalmente cercam esses negócios.

Esta marginalização leva a ‘morte’ do consumidor, a morte do “homo economicus”.

Consumo e crédito são duas faces de uma mesma moeda, vinculados que estão no sistema econômico e jurídico de países desenvolvidos e de países emergentes como o Brasil.¹⁴

O mercado do consumo é diferente do mercado comercial, vez que no consumo cuida-se de relações onde sempre há uma parte hipossuficiente,¹⁵ já nas relações comerciais as partes estão, a princípio, em iguais condições. Sabendo disso, é possível tratar de forma diferente os desiguais a fim de não descaracterizá-los. Por isso, a criação do Código de Defesa do Consumidor e seus princípios inerentes.

O consumidor quando adquire crédito participa de uma relação multifacetada e prolongada que o introduz a uma rede de vínculos jurídicos que não consegue compreender e pouco controle tem sobre ela.¹⁶

¹⁴ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5ª Ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 1236.

¹⁵ “Sob um viés sociológico não é equívoco dizer que a sociedade de consumo, no Brasil, é composta pelos vulneráveis e pelos hipervulneráveis (...) Estes são os que ascenderam ao mercado de consumo recentemente, como os da classe C, D e E (...) uma espécie de neoconsumidores, aos quais é ofertado crédito das mais diversas formas – a de maior sucesso hoje é a do crédito consignado” BOLSON, Simone Hegele. *O direito de arrependimento nos contratos de crédito ao consumidor*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. Ano 16, nº 64, p. 186.

¹⁶ “A noção clássica de uma vontade livre, dirigida pelo próprio indivíduo, pressupõe uma igualdade de forças e liberdade de discussão entre as partes, o que não ocorre nas relações de consumo, marcadas pela desigualdade entre seus atores (consumidor e fornecedor)” COSTA DE LIMA, Clarissa. *Crédito Responsável e Superendividamento*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. Ano 16, n.º64, out-dez/2007, p. 303.

Os novos instrumentos de financiamento geram operações econômicas cujo binômio mercadoria-preço é substituído pelo binômio mercadoria-crédito, ou seja, onde antes existia a troca entre fornecedor-consumidor, hoje um terceiro entra em jogo criando, uma relação trípartite: fornecedor-consumidor-financiador.

O produto da atividade dos bancos é o crédito ou o dinheiro, bem juridicamente consumível (art. 51, CC). O crédito no CDC seria um produto imaterial. OU um serviço complexo. Nós convencionamos a aceitação do dinheiro como sendo o equivalente gera, logo a encarnação potencial de todos os bens. A existência do dinheiro decorre da existência da troca, ou seja, 'o dinheiro existe porque existe a troca e para que exista a troca'.¹⁷

O crédito é meio para o consumo, permitindo que camada da população deixe de ser marginalizada e consiga consumir. Para que haja crédito, portanto, deve haver um financiador. Este papel é muito bem cumprido pelos grupos econômicos que antecipam o valor necessário para a compra de um bem em troca de pagamento de juros e outros encargos.

Todavia, o consumidor precisa ser protegido das artimanhas utilizadas pelo fornecedor, ainda mais, quando o que se está fornecendo é crédito.

Nos contratos de crédito, a situação é ainda mais delicada na medida em que o recurso ao crédito constitui por essência uma decisão particularmente arriscada e incerta, pois o consumidor não domina operações de crédito complexas, sendo incapaz, por si só, de medir sua conveniência, oportunidade e conseqüências. Desse modo, muitos consumidores, são levados pela publicidade agressiva ou pelo próprio profissional a firmar contratos de financiamento pensando nos benefícios momentâneos, mas ignorando seus custos, o que aumenta o risco de um endividamento excessivo.¹⁸

¹⁷ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 49.

¹⁸ Idem, p. 303.

Assim, os contratos de fornecimento de crédito devem ser analisados e tutelados pelo Estado, visando coibir abusos do fornecedor, a fim de evitar o superendividamento, fenômeno social que atinge a maioria da população brasileira.

1.3. O MICROCRÉDITO

De acordo com o IBGE o nosso país possui cerca de 17 milhões de pessoas que dependem exclusivamente do trabalho informal para sobreviver. São empresas de “fundo de quintal” com até cinco funcionários sem registro algum, camelôs, pintores, pedreiros, etc.

Tais trabalhadores vivem numa situação financeiramente instável eis que socialmente excluídos dos benefícios de amparo social e seguridade social. A fim de que tais trabalhadores retornem ao campo dos benefícios, é necessário que retornem à formalidade e, para isso, necessita-se do microcrédito.¹⁹

¹⁹ “Uma importante contribuição das micro e pequenas empresas no crescimento e desenvolvimento do País é a de servirem de ‘colchão’ amortecedor do desemprego. Constituem uma alternativa de ocupação para uma pequena parcela da população que tem condição de desenvolver seu próprio negócio, e em uma alternativa de emprego formal ou informal, para uma grande parcela da população excedente, em geral com pouca qualificação, que não encontra emprego nas empresas de maior porte”. Comentário sobre os resultados da pesquisa feita em 2003 pelo IBGE. www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/microempresa/2001.pdf, acessado em 03 de outubro de 2009.

Mario Tomelin²⁰ define o microcrédito como empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao mercado financeiro tradicional, por não terem como oferecer garantias-reais.

O microcrédito destina-se ao fomento da produção a fim de apoiar negócios geradores de renda e tirar as pessoas da pobreza. A concessão do microcrédito possui uma metodologia diferente da tradicional forma de empréstimo de crédito às empresas, sendo uma de suas características a exigência de aval coletivo em que 3 ou 5 pessoas tornam-se fiadores.

O microcrédito é concedido para a aquisição de bens de capital ou de capital de giro para alavancar as atividades produtivas dos microempresários.

Giorgio de Jesus da Paixão ao discorrer sobre o microcrédito dispõe que:

O microcrédito é uma nova forma recente no Brasil de apoio aos pequenos empreendedores, pois envolve empréstimos de menores quantias a juros mais acessíveis, sendo ainda, um instrumento estratégico para a inclusão social do governo. Outra característica desta modalidade é que pode apoiar negócios informais.²¹

O acesso ao microcrédito evoluiu muito com a criação do Banco Grameen, instituição financeira criada por Muhammad Yunus destinada a oferecer microcrédito aos pobres da Índia a fim de que criem seus próprios negócios e aprendam a se auto-sustentarem. A política do Banco Grameen é que os pobres são merecedores de crédito, ao contrário do que as outras instituições financeiras pensam, e deve ser usado

²⁰ TOMELIN, Mario. **O microcrédito no Brasil**. site: <http://www.saa.unito.it/pdf/alfa/tomelin.pdf> acessado em 29 de outubro de 2009.

²¹ PAIXÃO, Giorgio Jesus da. **O que é microcrédito**. Site: www.rumosustentavel.com.br/o-que-e-microcredito/ acesso em 27 de setembro de 2009.

esse crédito para que, dentro do nosso sistema capitalista, os pobres saiam da linha da miséria.

Ninguém gosta da ideia do apartheid. Reclamamos quando ouvimos falar de tal sistema sob qualquer forma, em qualquer lugar. Todos nós entendemos que ninguém deveria sofrer porque é de determinada raça, classe ou condição econômica. No entanto, nossas instituições financeiras criaram um sistema mundial de apartheid sem que ninguém tenha ficado horrorizado com isso. Se não tiver garantia de pagamento, você não merece crédito. Para os bancos, você é desprezível no nosso lado do mundo.²²

Assim, o Banco Grameen surgiu com a ideia de que é possível se utilizar do sistema capitalista para diminuir a desigualdade social.

O grande medo das instituições financeiras era o inadimplemento dos devedores. Todavia, quando o Banco Grameen foi criado tal risco foi mitigado com a nova estrutura organizada para dar acesso ao crédito. Yunus acredita que todo ser humano possui a habilidade de sobreviver nas condições mais adversas e os pobres se utilizam dessa habilidade diariamente. Assim, se fosse oferecido crédito da forma correta, com os instrumentos corretos, os pobres sairiam da pobreza sozinhos. As pessoas, por si só, sabem como sobreviver e sair da pobreza, só precisam de uma chance.

A estrutura organizada pelo Banco Grameen é diferente da utilizada pelo sistema financeiro tradicional, uma vez que o microcrédito não é oferecido de forma irresponsável. Esta instituição financeira conhece seu público-alvo e sabe a exata forma de atingí-lo de forma a otimizar seu lucro.

²² YUNUS, Muhammad. Um Mundo Sem Pobreza: a empresa social e o futuro do capitalismo. São Paulo: Ática, 2008, p. 63.

Ninguém adquire sozinho os empréstimos no Banco Grameen. Todos pertencem a um grupo composto por cinco amigos, e nenhum deles pode ter relações estreitas com o outro. Quando um dos cinco amigos decide obter um empréstimo, ele precisa da aprovação dos outros quatro. Embora cada tomador seja responsável pelo próprio empréstimo, o grupo funciona como uma pequena rede de ajuda social que proporciona estímulo, apoio psicológico e, às vezes, ajuda prática a seus membros, orientando-os sobre como carregar um fardo desconhecido da dívida e guiando-os no pouco familiar mundo dos negócios. Da mesma forma, nenhum dos grupos fica sozinho.(...)Na reunião semanal, o pagamento dos empréstimos é coletado por uma autoridade da filial regional, os formulários para pedido de novos empréstimos são entregues e são conduzidas várias outras atividades inspiradoras, instrutivas e práticas – de discussões sobre novas ideias empresariais e palestras sobre assuntos ligados à saúde ou a temas financeiros-, incluindo também breves períodos de exercício de grupo.²³

Com esta estrutura percebeu-se que a taxa de inadimplemento é igual ou até mesmo menor que a taxa de inadimplemento das instituições financeiras “tradicionais”.

Importante ressaltar que o Banco Grameen não é instituição da caridade. Não se doa nada. O microcrédito é oferecido com juros de mora e correção monetária, como qualquer outro banco, a diferença é que não se praticam cláusulas abusivas e o juros são menores. Até porque não é justo que quem menos tem deva pagar mais juros, diante do risco de inadimplência.

Quando a pessoa vai ao Banco Grameen tomar empréstimo de um microcrédito são realizadas várias entrevistas. Ainda, promovem-se palestras sobre finanças bem como sobre saúde, educação etc. Todavia, não se diz à pessoa o que deve fazer, qual o melhor negócio para investir. Pretende-se que a própria pessoa se sinta capaz de pensar sozinha e descobrir qual a melhor forma de utilizar o microcrédito oferecido. Após a ideia criada pela própria pessoa, o Banco Grameen oferece toda a assistência para que ela consiga atingir seu objetivo.

²³ Idem, p. 71.

Atualmente o Banco Grameen já ajudou mais de 12 milhões de pessoas a sair da linha da miséria, demonstrando que a empresa social é modelo sustentável e novo instrumento para a ajuda dos pobres.

Banco Grameen criou uma ideia utilizada por vários países, incluindo o Brasil, a fim de retirar os pobres da linha da miséria e inserí-los no mercado, de forma a acabar com o *apartheid* criado silenciosamente pelas estruturas financeiras mundiais.

O Banco Central brasileiro editou a resolução n.º 3.106 de 2003 aprovando o funcionamento do microcrédito no Brasil. Desde então inúmeras instituições financeiras, como o BNDES tem ajudado a oferecer microcrédito às microempresas ou pequenos empreendedores a fim de que comecem seus próprios negócios para que, sozinhos, gerem renda e saiam da pobreza.

O microcrédito não significa apenas “um empréstimo de pequeno valor”. Ao redor dele, gira toda uma filosofia de confiança na pessoa e, principalmente, de valorização do trabalho.²⁴

O emprego da confiança está atrelada a sistemática que permeia grande parte dos negócios brasileiros. Ao conceder juros mais baixos e pagamento de forma prolongada cria-se um vínculo de confiança entre a agência financeira e o empreendedor final. Assim, com este vínculo estabelecido, o consumidor passará a tomar maiores cuidados com a destinação e a forma de uso do microcrédito oferecido, criando, dessa forma, menor risco de inadimplência.

²⁴ SACHET, Celestino; WATERKEMPER, Margaret; SACHET, Sérgio. **A vitória do crédito de confiança**: o microcrédito em Santa Catarina. Florianópolis: BADESC, 2001, p.35.

2. SUPERENDIVIDAMENTO

2.1. CONCEITO E CARACTERÍSTICAS

Com a atual crise econômico-financeira que o mundo está passando, o tema do superendividamento é de extrema relevância. Os consumidores, levados por propagandas abusivas, acabam por praticar financiamentos, transações, além da sua capacidade econômica para adimplir outros débitos existentes, o que os torna endividados. Porém, como o consumidor é elemento essencial para o tipo de sociedade em que vivemos, cria-se um círculo vicioso em que o consumidor endividado recebe mais crédito para poder consumir mais, fazendo a sua dívida aumentar.²⁵ O consumidor vive com as suas dívidas e, para tentar pagá-las, acaba contraindo mais dívidas. Isso, no dizer de Cláudia Lima Marques, gera o superendividamento, tema desta monografia. Para ela a definição do superendividamento é “a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas

²⁵ “O grande problema é que se o crédito é fácil, o endividamento também o será. Assim, se a possibilidade de postergar o pagamento para um momento futuro ou, até mesmo, de fracioná-lo conduz ao consentimento precipitado, ao consumo irrefletido e muitas vezes incompatível com a capacidade econômica do consumidor” IN: CEZAR, Fernanda Moreira. O consumidor superendividado. **Revista de Direito do Consumidor**. Ano 16, n. 63, jul-set/2007.

dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos)”.²⁶

Todavia, como já exposto mais acima, não concordamos com a ideia de que o superendividamento só possa ser aplicado para a pessoa física. O Código de Defesa do Consumidor é claro quando inclui a pessoa jurídica como consumidora e, adotando a teoria maximalista, não há razão para excluir as pessoas jurídicas do conceito de superendividado.

Assim, nesta monografia, o superendividado será qualquer consumidor leigo²⁷ e de boa-fé incapaz de pagar as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos).

O superendividamento não é tratado da forma como deveria no Direito Brasileiro. Em que pese os avanços trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor, é necessário que a sociedade exija e apresente um plano para solucionar o problema do superendividamento. Para tanto, é preciso uma pesquisa minuciosa para saber o perfil dos superendividados, saber porque eles caem na situação de insolvência (se decorre das necessidades alimentares, profissionais, ou da influência da propaganda abusiva e enganosa dos fornecedores). Após saber qual é o problema e como ele se forma, é necessário elaborar um plano. Tal plano precisa da força conjunta dos três poderes.

Como vivemos numa sociedade de consumo, o consumidor superendividado é excluído deste mercado, o que gera uma nova espécie de morte civil, a morte do “*homo economicus*”.

²⁶ MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento dos superendividamento de pessoas físicas em contrato de crédito ao consumo. In: **Revista de Direito do Consumidor**. n. 55, ano 14, jul-set de 2005.

²⁷ Aqui considera-se leigo todo aquele que adquire bens de consumo é vulnerável e hipossuficiente (social, psicológica, econômica e juridicamente) em relação ao fornecedor.

O empréstimo contraído é utilizado para que o consumidor entre no mercado de consumo, a fim de que não seja excluído dele e ocorra a sua morte civil.

O endividamento só se transforma num problema quando ocorre o descumprimento, agravando-se a situação quando os rendimentos do agregado familiar não comportam os seus compromissos financeiros, isto é, quando existe o superendividamento.²⁸

Portanto, cabe ao direito criar mecanismos de saída para que o superendividado possa pagar suas dívidas de consumo. Tais mecanismos podem ser parcelamento, prazo de graça e, até mesmo, concessão de microcrédito decorrentes do dever de cooperação, lealdade e solidariedade (princípios previstos no Código de Defesa do Consumidor) a fim de evitar a morte “civil” deste falido.

Ora, se existe para a pessoa jurídica, para o comerciante, institutos jurídicos como a falência e a recuperação judicial ou extrajudicial, porque não pode haver instituto semelhante para o consumidor pessoa física?²⁹

Assim, é urgente que o direito brasileiro comece a tratar do superendividamento, fenômeno concreto que está presente nos mercados de consumo.

2.2 CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO. SUPERENDIVIDAMENTO ATIVO E PASSIVO.

²⁸ Quando se trata de microcrédito importante notar que esse crédito não somente ajudará a empresa do consumidor, mas também a situação familiar do mesmo. O microcrédito, assim, caminha entre estes dois patrimônios do consumidor de forma natural.

²⁹ O instituto da insolvência já existente não serviria para os objetivos de tirar o consumidor do superendividamento, eis que baseia sua criação no pagamento aos credores e não a causa ou dignidade do consumidor.

A economia de mercado atual é uma economia de endividamento. Levando-se em conta tal proposição fica mais fácil analisar os dados deste endividamento.

Para que fosse analisado o problema do endividamento excessivo, era necessário descobrir quem são esses endividados e como eles assim se tornaram.

Foi criada, portanto, a classificação dos endividados dividindo-os em ativos e passivos.

O superendividamento passivo é assim chamado quando os consumidores se endividam em virtude de um “acidente de vida” algo que não era esperado, como o desemprego, redução de salário, nascimento de filho, contas de hospital etc.

Geralmente, estas pessoas não possuem qualquer patrimônio de reserva para quando eventualmente surgisse tais eventos. A professora Clarissa Costa explica muito bem esta situação:

As pessoas sistematicamente subestimam suas próprias chances de sofrerem um evento adverso, mesmo se compreendem perfeitamente bem, ou mesmo se exageram nas probabilidades de os outros vierem a sofrer o mesmo destino (‘Isso não irá acontecer comigo’) Pessoas de todas classes sociais estão sujeitas a essa demasiada confiança em seu próprio julgamento e suscetibilidade ao risco.³⁰

Já o superendividamento ativo decorre do fato de o consumidor abusar do crédito e consumir demasiadamente acima das possibilidades de seu patrimônio e que, em condições normais, nunca conseguiria adimplir com o débito.

³⁰ COSTA DE LIMA, Clarissa. *Crédito Responsável e Superendividamento*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. Ano 16, nº 64, out-dez/2007, p. 304.

O endividado ativo não está de má-fé. Todavia, não foi necessário um fato estranho e inimaginável para que ficasse endividado. Este endividamento decorreu única e exclusivamente do contrato entabulado com o fornecedor, que colocou juros abusivos,³¹ e outros encargos sem explicar claramente ao consumidor leigo e de boa-fé o real valor do contrato que estava firmando.

O professor Mario Frota em palestra proferida na Escola da Magistratura do Paraná no dia 31 de agosto de 2009 com o tema “Crédito ao consumo e excessivo endividamento” arrolou as causas do superendividamento ativo. Veja-se:

- a) ausência de supervisão pelo Estado dos contratos firmados entre o fornecedor e o consumidor;
- b) concessão irresponsável de crédito;
- c) publicidade ilícita;
- d) práticas negociais desleais;
- e) cobrança de juros abusivos;
- f) contratos nulos;
- g) produtos de securitização sobre hipotecas irresponsáveis;
- h) dívidas de cartões de crédito garantidas com as residências dos consumidores;
- i) créditos renováveis caros com juros acumuláveis;

³¹ Recentemente foi publicada reportagem que tem como tema justamente o crédito ao consumidor no Brasil, cujo nível de crescimento foi excepcional: o crédito ao consumo atingiu, em 2005, 154,2 bilhões de reais. O crescimento em dez anos é de 384%. Como proporção do PIB, o crédito passou de 2,4% em 1995 para 8% no ano passado. Até 2015, estima-se que esse percentual chegue a 12%. Contudo, a matéria constata que esse crescimento do crédito e sua relativa facilitação, inclusive com os bancos associando-se a grandes redes de varejo ofertando crédito, principalmente as camadas excluídas do consumo, tem um preço “o consumidor brasileiro paga juros de mais de 100% ao ano e nem percebe”. SOARES, Lucila. O show do crediário. **Revista Veja**, ed. 1953, ano 39 n. 16. São Paulo: Abril, 26.04.2006, p. 98-105.

Todas essas situações contribuem para que o consumidor leigo e de boa-fé se endivida excessivamente a ponto de se tornar refém dos fornecedores de crédito.

Cabe à sociedade exigir de quem oferece o crédito, concedê-lo de maneira responsável a fim de evitar tanto o superendividamento passivo quanto o superendividamento ativo.

Ainda mais porque todos possuem um compromisso com os objetivos dispostos na Constituição Federal. Assim, o contrato não pode ser um instrumento de exploração econômica, mas, ao contrário, deve ser instrumento de promoção da dignidade da pessoa humana e proteção dos direitos fundamentais.

Gustavo Tepedino, ao ser indagado sobre a existência de uma nova teoria contratual no âmbito do direito do consumidor, profere as seguintes palavras:

Responderia afirmativamente, no sentido de que há alterações profundas dos conceitos jurídicos derivadas do Código de Defesa do Consumidor. Poderíamos dizer, sem hesitar, que aquela percepção da doutrina tradicional, segundo a qual os conceitos jurídicos e a própria dogmática fosse imutável, já há muito deixou de prevalecer.³²

A nova teoria contratual tem como base os princípios da boa-fé, do solidarismo contratual, do equilíbrio econômico, da função social. Tais princípios compõem o *paradigma da essencialidade*, expressão utilizada por Teresa Negreiros,³³ indicando que para que o contrato permaneça hígido, é necessário a observância dos novos princípios acima elencados.

O Código de Defesa do Consumidor foi a primeira legislação a consagrar os novos princípios da teoria contratual. Assim, os contratos de consumo, principalmente

³² TEPEDINO, Gustavo. *A nova relação de Consumo*. In: **Temas de Direito Civil**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

³³ NEGREIROS, Teresa. **Teoria do contrato: novos paradigmas**. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

o contrato de crédito, deve ser analisado com novos olhos. Exige-se, para tanto, postura ativa de ambas as partes e principalmente do Estado para que o contrato cumpra sua função social e promova o desenvolvimento do consumidor.

O legislador despe-se do papel de simples garante de uma ordem jurídica e social marcada pela igualdade formal (conquista inquestionável da revolução francesa), cujos riscos e resultados eram atribuídos à liberdade individual, para assumir um papel intervencionista, voltado para consecução de finalidades sociais previamente estabelecidas e tutelando, para tanto, a atividade negocial.³⁴

É preciso que o Estado atue ativamente de forma a evitar as situações que causam o superendividamento. Muitos mecanismos necessários para essa atuação já existem, como, por exemplo, os princípios constitucionais e princípios do direito do consumidor que devem nortear as decisões dos juízes bem como as leis a serem criadas pelo Congresso Nacional.

2.3 PERFIL DO SUPERENDIVIDADO BRASILEIRO

Para que seja possível uma efetiva atuação das instituições brasileiras no combate ao superendividamento é necessário saber quem são especificamente essas pessoas. Sabe-se já que elas podem ser divididas em superendividados ativos e passivos bem como o que causa esse endividamento excessivo, mas quem serão as pessoas mais vulneráveis a se tornarem superendividadas?

³⁴ TEPEDINO, Gustavo. *A nova relação de Consumo*. In: **Temas de Direito Civil**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

Infelizmente, no Brasil, não há por parte do Estado qualquer esforço em se realizar uma pesquisa sobre o tema.

Sabe-se que no Rio Grande do Sul e no Rio de Janeiro foi realizada uma pesquisa perante as Defensorias Públicas a fim de verificar quem são esses superendividados.

No Rio Grande do Sul, na cidade de Porto Alegre, descobriu-se que o superendividado é “em sua leve maioria, mulheres, entre 30 e 50 anos, com até dois filhos, percebendo renda de até dois salários mínimos nacionais, devendo para mais de três credores, na sua maioria lojas e bancos, inadimplentes ou com prestações em atraso, passivas em relação ao débito, inscrita em cadastro de devedores”³⁵

Já no Rio de Janeiro, em trabalho coordenado pela professora Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi, da PUC-RJ percebeu-se que o superendividado que recorreu à Defensoria Pública em 2005 é em sua maioria homem, casado, de 35 a 44 anos, com escolaridade superior ao 2º grau completo, membro de família com mais de três pessoas, com três ou mais dependentes economicamente, com renda familiar de R\$ 1.500,00 a R\$ 2.000,00.

Portanto, não há que se dizer que existe um único perfil de consumidor superendividado, podendo-se identificar muitas e diversas características pessoais.

Há de se levar em consideração, ainda, que essa pesquisa foi realizada com pessoas que recorreram à Defensoria Pública de seu Estado. É de conhecimento que há um número muito maior que não procura assistência jurídica para tratar de seu

³⁵ CONSALTER, Rafaela. O perfil do superendividado no Estado do Rio Grande do Sul. 2005 Apud: CARPENA, Heloisa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. n.º 55, jul-set/2005, p. 120-148.

endividamento, contraindo, simplesmente, novas dívidas com as instituições financeiras a fim de pagar as dívidas antigas.

Com relação aos idosos a situação é ainda mais preocupante. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio de 2003 verificou que 40% das famílias brasileiras são sustentadas por pessoas acima de 60 anos, sendo que 65% delas por idosos que auferem renda de até 2 salários-mínimos.³⁶ Esses idosos acabam contraindo empréstimos por seus parentes que, geralmente, possuem seu nome no cadastro de restrição ao crédito. A possibilidade de reter o benefício do INSS para o pagamento das dívidas é medida irresponsável autorizada pela Previdência o que leva a mais endividamento e conseqüentemente, à pobreza.

Sabe-se, ainda, que as varas cíveis estão abarrotadas com ações que envolvam contratos de leasing, de arrendamento mercantil, de cartões de crédito etc.

Com relação às pessoas jurídicas, é fato que das micro e pequenas empresas que são criadas, metade fecham antes de dois anos.

Independente de inexistir um perfil único de consumidor superendividado, uma coisa se sabe: as pessoas estão cada vez consumindo mais e de forma irresponsável sem que ninguém se importe com isso.

Tratam os consumidores como se fossem pessoas iguais aos fornecedores e para qualquer problema a solução inicial é o princípio da força obrigatória dos contratos. Este erro é causado pois o aplicador do direito não reflete sobre os princípios constitucionais e consumeristas, bem como sobre a promoção da dignidade da pessoa humana.

³⁶ Dados disponíveis em www.ibge.gov.br. Acesso em: 27 de outubro de 2009.

Uma pessoa não consegue viver dignamente se mais de 90%³⁷ de sua renda está comprometida com o pagamento de suas dívidas.

Ainda que quando da realização do contrato o consumidor estava ciente do valor dos juros, se pré-fixados, isso não exime o fornecedor do dever de impedi-lo de acessar o crédito se sabe que este acesso irá endividá-lo excessivamente. Cabe a todas as partes envolvidas na relação de consumo, inclusive, cabe às instituições aplicar os princípios da boa-fé e do solidarismo contratual a fim de impedir o superendividamento, fenômeno estrutural que atinge toda a sociedade.

2.4 PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

2.4.1. Boa-fé

A boa-fé é a chave que rege todo o ordenamento jurídico brasileiro. No Código de Defesa do Consumidor ela possui natureza de princípio geral (art. 4º, III), conceito indeterminado (art. 51, *caput*) e de cláusula geral (art. 51, IV).

O dever de agir com boa-fé objetiva possui deveres fiduciários como os deveres de informação, de lealdade, de cuidado e de assistência.

³⁷ O percentual de 90% é só uma demonstração do que acontece. Não há na doutrina qualquer percentual fixado que ao ser atingido caracterizará o superendividamento, cabe ao aplicador do direito verificar em que momento a renda do consumidor está comprometida de forma a não conseguir sobreviver se pagar as suas dívidas.

Por força do dever de cuidado cada parte deve cuidar para que a outra não sofra lesões, nem em sua pessoa nem em seu patrimônio. No direito do consumidor tal dever tem que ser sempre conferido pelo fornecedor.

O dever de informação adquire diversos entornos. Ora serve como esclarecimento, ora como conselho e ora como advertência.

O dever de assistência ou de cooperação obriga as partes a prestarem auxílio a contra-parte sempre que esta precisar, instruindo-a de forma a resolver os problemas decorrentes do contrato de consumo.

Para Cláudia Lima Marques,³⁸ com a existência do dever de cooperar exige-se que o fornecedor evite a ruína de seus consumidores, principalmente quando o que se consome é crédito.

O STJ já decidiu que é possível para o consumidor rescindir contrato cativo de longa duração, de forma a evitar o superendividamento.

Outra evolução do direito brasileiro foi a edição da súmula 286 do STJ que afirma que “*a renegociação de contrato bancário ou a confissão de dívida não impede a possibilidade de discussão sobre eventuais ilegalidades dos contratos anteriores*”. A edição da súmula veio a afastar o argumento de existir abuso de direito do consumidor quando este pretende rever cláusulas contratuais após ter assinado instrumento de confissão de dívida, por exemplo.

Com a súmula 297 do STJ pacificou-se o entendimento de que às instituições financeiras aplica-se o Código de Defesa do Consumidor. Portanto, devem ser

³⁸ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 22.

consideradas abusivas todas as cláusulas contratuais que sejam incompatíveis com a boa-fé:

A boa-fé objetiva é um standard, um parâmetro objetivo, genérico, um patamar geral de atuação, do homem médio, do bom pai de família que agiria de maneira normal e razoável naquela situação. O julgador valora a atuação, decidindo se esta ultrapassou ou não a razoabilidade, os limites impostos por essa boa-fé objetiva qualificada, que é a de consumo.³⁹

Assim, o julgador deverá verificar no caso concreto quais são as cláusulas que marginalizam o princípio da boa-fé, a fim de considerá-las inválidas. O princípio da boa-fé deve ser utilizado como mecanismo de correção e adaptação pelo aplicador do direito a fim de que se preserve o contrato, mas que este siga os ditames constitucionais e consumeristas.

Uma decisão interessante foi tomada na Corte Constitucional Alemã, onde foi declarado nulo um aval realizado por uma pessoa sem patrimônio, sem condições reais de pagar a dívida. Como fundamento foi utilizado o princípio da boa-fé bem como o direito fundamental de desenvolvimento da personalidade, pois, no caso, o avalista estaria “consignando” seu próprio futuro.⁴⁰

Esta decisão tomada pela Corte Constitucional Alemã demonstra que qualquer contrato deve ser utilizado para promover o desenvolvimento da pessoa humana e não para asfixiá-lo com uma dívida que perdurará sua vida toda.

³⁹ MARQUES, Cláudia Lima. *Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividado de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 caos no Rio Grande do Sul*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. n.º 55, jul-set/2005, p. 30.

⁴⁰ Idem, p. 33.

Cabe ao legislador bem como ao aplicador do direito deixar de analisar o contrato pelo princípio do *pacta sunt servanda* e mais pelos princípios e objetivos dispostos na Constituição Federal.

Gustavo Tepedino brilhantemente expõe o significado desta mudança de atitude:

Significam, em termos práticos, que o exame de cláusula contratual não poderá se limitar ao controle de ilicitude, à verificação da conformidade da avença às normas regulamentares expressas relacionadas à matéria. A interpretação deverá, para além do juízo de licitude, verificar se a atividade econômica privada atende aos valores constitucionais, só merecendo tutela jurídica quando a resposta for positiva. E tal critério se aplica não só às relações de consumo, mas aos negócios jurídicos em geral, ao exercício do direito de propriedade, às relações familiares e ao conjunto de relações de direito privado.⁴¹

O princípio da boa-fé, portanto, deve permear todas as relações jurídicas entabuladas, tendo uma aplicação especial nas relações consumeristas, em que existe uma parte vulnerável em relação a outra.

2.4.2. Informação

O CDC incluiu em seu artigo 6º, III, a informação adequada e clara como direito básico do consumidor.

⁴¹ TEPEDINO, Gustavo. *A nova relação de Consumo*. In: Temas de Direito Civil. 3ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2004, p. 13.

É fundamental que o consumidor seja suficientemente e até mesmo demasiadamente informado sobre o produto ou serviço oferecido pelo fornecedor. Somente com uma informação clara e adequada o consumidor poderá tomar a decisão de contratar de forma responsável.

Heloisa Carpena, no artigo “Uma lei para os consumidores superendividados” aduz que:

A simplificação do contrato de consumo, quase sempre padronizado ou de adesão, aliada às técnicas de comunicação de massa, exarcebaram os riscos a que estão expostos os consumidores, tornando impulsivo, irrefletido e desinformado o processo decisório, o que potencializa a frustração decorrente da contratação, aumentando litigiosidade nessas relações.⁴²

O dever de informar é dever originariamente considerado anexo ao princípio da boa-fé que no direito do consumidor se tornou dever básico que visa a criar harmonia e transparência nas relações de consumo. Com o dever de informar pretende-se reequilibrar as partes a fim de que o consumidor exerça de forma plena seu direito de escolha.

O art. L. 311-4 do Code de la Consommation obriga o anunciante de todo o negócio que envolva uma operação de crédito a inserir na sua publicidade informações sobre a identidade do credor, a natureza, o objeto, a duração da operação proposta, o custo total do crédito, a taxa efetiva global e as percepções financeiras, o montante dos pagamentos por prestação (ou em caso de impossibilidade o meio de determiná-lo). ‘Assim o consumidor já pode desde a fase da publicidade refletir e comparar’.⁴³

⁴² CARPENA, HELOISA. *Uma lei para os consumidores endividados*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**, ano 16, n. 61, jan-mar/2007, p. 80.

⁴³COSTA, Geraldo de Faria Martins da. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 63.

O dever de informar não se resume ao momento da contratação. Ele deve estar presente na fase pré-contratual, contratual e pós-contratual. O dever de informar não visa somente a propiciar um pleno exercício do direito de escolha, mas também visa a manutenção da confiança entre as partes.

Não basta, portanto, disponibilizar as informações. Deve-se informar de tal forma que o consumidor entenda claramente o que se está fornecendo, a qual custo e quais os riscos da contratação.

O artigo 46 do CDC⁴⁴ reputa ineficazes as cláusulas redigidas que dificultam a compreensão de seu sentido e alcance.

O dever de informação deve ser muito bem aplicado nos contratos de crédito, bem de consumo extremamente utilizado pela sociedade.

Ora, nenhum consumidor tem a obrigação de saber o que é mora, o que é cláusula penal etc. Ainda que constante no contrato, se tais conceitos não forem explicados deveriam ser reputados inexistentes.

O professor Mario Frota⁴⁵ ao comentar sobre a diretiva que a União Europeia está elaborando aduz que serão reputadas nulas as cláusulas que passarem despercebidas ao leitor do contrato. Ou seja, se alguma cláusula não estiver clara ou estiver redigida de tal forma que passe despercebida ao consumidor, será declarada inválida sua disposição.

Ademais, tal diretiva imporá que nos contratos de crédito esteja escrito de forma clara e acessível o valor que se está contratando e o valor que ao final será pago

⁴⁴ 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 ou alcance.

⁴⁵ FROTA, Mario. Palestra proferida na Escola da Magistratura do Paraná no dia 31 de agosto de 2009 com o tema “Crédito ao consumo e excessivo endividamento”.

pelo consumidor, se este pagar na data certa ou se atrasar as prestações.⁴⁶ Deverá ser feita, também, planilha exemplificativa dos valores do pagamento de forma a esclarecer ao consumidor o real valor que irá desembolsar no contrato de crédito.

Ressalte-se, por fim, que o intuito do art. 46 é trazer maior transparência às relações contratuais de consumo na sua fase pré-contratual, impor maior lealdade e boa-fé nas práticas comerciais, mas não pode ser interpretado como obrigando o consumidor a ler o contrato. Certo é que o fornecedor, para evitar o jugo do art. 46, pode até oralmente destacar para o consumidor quais são as principais obrigações que ele está assumindo (...).⁴⁷

O dever de informação, portanto, deve permear toda a relação jurídica entre o consumidor e o fornecedor, seja pré-contratual, contratual ou até mesmo pós-contratual.

2.4.3. – Solidariedade Contratual

O princípio da solidariedade contratual decorre, novamente, do dever fiduciário de cooperação das partes na relação de consumo.

Por meio deste princípio, o fornecedor possui o dever de cooperar para que não ocorra o endividamento excessivo do consumidor. A solidariedade como valor deriva da consciência racional dos interesses em comum, interesses que implicam, para cada

⁴⁶ Verifica-se que em muitas ações de busca e apreensão, no momento que se apreende o veículo, o réu acredita que a dívida está paga. Tal crença decorre certamente da falta de informação sobre o conceito de contratos de alienação fiduciária.

⁴⁷ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 791.

membro a obrigação moral de não fazer com o outro o que não deseja que lhe seja feito.

Tenta-se, com a imposição do dever de solidariedade contratual, o reconhecimento da existência do outro.

Essa reciprocidade deve existir para manter o equilíbrio contratual entre as partes. Existe desequilíbrio quando uma das partes é visivelmente prejudicada pela pretensão da outra, por exemplo, com a prática de juros abusivos.

Simone Hegele Bolson declara que sempre deve-se preferir o princípio da solidariedade contratual quando em confronto com outros princípios:

Não há que se falar em autonomia da vontade das partes, vez que a do consumidor de crédito nunca é verdadeiramente autônoma! Por não ser verdadeiramente autônoma, é legítima a intervenção estatal objetivando um (re) equilíbrio do contrato, quando as partes optam por judicializar o conflito.⁴⁸

Com a obrigação de as partes agirem solidariamente, não é possível que o fornecedor ofereça crédito de forma irresponsável àquele que, provavelmente, irá se superendividar.

É necessário que haja, também por parte do fornecedor, a educação dos consumidores pró-consumo a fim de que o consumidor seja financeiramente educado, principalmente a fim de coibir abusos nos contratos de oferecimento de crédito.

3. MICROCRÉDITO E SUPERENDIVIDAMENTO

⁴⁸ BOLSON, Simone Hegele. *O direito de arrependimento nos contratos de crédito ao consumidor*. IN: *Revista de Direito do Consumidor*, n.64, p. 192.

As instituições financeiras desempenham papel central na intermediação de recursos (captação e aplicação), possuindo, portanto, deveres com a comunidade nas quais estão inseridas.

Conceder o microcrédito é uma das formas criadas pela sociedade para que as instituições financeiras ajudem as pessoas a gerarem renda por si próprias. O acesso ao microcrédito permite que as pessoas mais pobres participem do mercado financeiro-econômico bem como do mercado de consumo, podendo, assim, progredir.

Só se pode falar em democracia e liberdade se todos os integrantes da sociedade tiverem pelo menos a chance de participar e de progredir. Sem acesso ao crédito, não há sequer chance de participar do mercado, muito menos progredir. Aqueles que não tem propriedade (incluindo um fluxo regular mínimo de renda) não têm acesso aos produtos e serviços do mercado financeiro, notadamente ao mercado de crédito. E isso é um círculo vicioso, porque os que não têm acesso ao mercado financeiro também acabem ficando sem acesso à propriedade privada.⁴⁹

Considerando que o microcrédito é oferecido às pessoas jurídicas de pequeno porte e no momento em que se admite que essas pessoas além de serem fornecedoras também são consumidoras do microcrédito, diante da interpretação da súmula 297 do STJ⁵⁰ bem como da compreensão dada ao conceito de consumidor neste trabalho, fica

⁴⁹ FLORENZANO, Vincenzo Demetrio. Os grandes Bancos e a democratização do crédito: uma proposta de regulação. IN: **Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais**. ano 8, n. 27, janeiro de 2005, p. 91.

⁵⁰ Sobre a suposta inaplicabilidade das normas consumeristas sobre os contratos financeiros, eis que a parte não seria destinatário final do produto, Leonardo Roscoe Besca sustenta que: “em relação ao elemento teleológico nos empréstimos bancários – destinação final – demonstra que o argumento de que não há consumo, pois o dinheiro será sempre gasto pelo devedor, fere princípio básico da hermenêutica ‘o de que nenhuma interpretação pode conduzir ao absurdo. Seria despropositado entender-ser que o consumidor devesse ficar eternamente com o dinheiro emprestado debaixo do colchão, para que pudesse ser considerado consumidor”. BESSA, Leonardo Roscoe. **Relação de**

claro perceber que o acesso ao microcrédito é uma forma de evitar o superendividamento.

A relação que se estabelece entre a instituição financeira e a microempresa é uma relação de consumo tendo em vista que o crédito é um bem de consumo. Assim, pela corrente maximalista, ainda que o microcrédito utilizado seja aplicado na produção de bens ou serviços da empresa/fornecedora, esta será também consumidora devendo ser tutelada pelas normas que regem o Código de Defesa do Consumidor.

Seria um absurdo admitir que esta pessoa jurídica não é consumidora pelo simples fato de que vai se utilizar do bem (crédito) para o fomento de sua atividade produtiva.

Ressalto que na relação jurídica entabulada entre a instituição financeira e a pessoa jurídica está presente a vulnerabilidade da pessoa jurídica, geralmente em todos os seus aspectos (técnica, jurídica, fática e informacional). Raramente uma microempresa possui os conhecimentos necessários sobre as operações financeiras que envolvem a concessão do microcrédito.

É preciso entender que o contrato de concessão de microcrédito além de ser uma relação de consumo também ajuda a prevenir o superendividamento, aqui entendido como a impossibilidade do consumidor leigo e de boa-fé em adimplir com as suas dívidas de consumo.

A importância de considerar a relação de fornecimento do microcrédito como uma relação de consumo, se subsume a hipótese de poder aplicar os princípios previstos no Código de Defesa do Consumidor.

Conforme já exposto, ainda que os princípios da boa-fé e da função social do contrato estejam previstos no novo Código Civil, tais princípios possuem uma aplicação diferente e especial no Código de Defesa do Consumidor, eis que se está diante de uma relação desigual.

Ademais, no CDC o princípio da informação bem como o da solidariedade contratual adquirem nova roupagem, permitindo que o aplicador do direito deixe de se ater ao princípio da força obrigatória dos contratos e se direcione à ideia de promoção da dignidade da pessoa humana, em seus aspectos patrimoniais e existenciais.

É justo admitir a aplicação do CDC nas relações de concessão de microcrédito, eis que sempre se está diante de uma parte mais vulnerável que a outra, uma vez que o pequeno empreendedor não tem condições de ter conhecimento das operações realizadas para a concessão do microcrédito.

Ademais, admitindo a existência da relação de consumo, as instituições financeiras serão obrigadas a colocar em seus contratos cláusulas que indiquem o valor do empréstimo, o valor dos juros, quanto que ao final a parte terá pago ao banco bem como tabela exemplificativa do processo para devolução do empréstimo.

A história nos mostra que as instituições financeiras são conservadoras em relação a aplicação do CDC em seus serviços. Se não considerarmos a concessão do microcrédito como uma relação de consumo, as instituições financeiras certamente deixarão de indicar as cláusulas acima, ferindo, portanto, o princípio da solidariedade contratual.

Cabe ao Estado aplicar as normas do CDC nessas relações jurídicas para que os objetivos da Constituição Federal possam ser cumpridos.

Não é certo admitir que quem é fornecedor não pode ser consumidor. Todos nos apresentamos para o mundo por diversas formas, a cada tempo assumindo um papel diferente.

Vivemos num mundo capitalista, em que o mercado de consumo faz parte do maior tempo de nossas vidas. Assim, geralmente as pessoas se comportam ora como fornecedoras ora como consumidoras o que reforça a teoria maximalista do conceito de consumidor. Não faz sentido deixar de aplicar o CDC no trato do mercado de consumo.

Assim, fica clara a razão de o microcrédito ser uma das formas de evitar o superendividamento.

E este superendividamento que se está a prevenir não é só o da pessoa jurídica que teve acesso ao microcrédito, mas sim de todos aqueles que esta empresa ajudou a possuir renda.

Assim, pode-se considerar o microcrédito como um fenômeno social capaz de promover mudanças estruturais na sociedade, ajudando a atingir os objetivos constitucionais, como a redução da desigualdade social e da pobreza.

CONCLUSÃO

Tentamos, por meio desta pequena monografia, justificar a razão de o microcrédito ser uma ótima forma de prevenir o superendividamento.

Aplicando-se os princípios consumeristas e constitucionais, como o da igualdade substancial e solidariedade contratual é possível que se tenha uma sociedade mais justa e igualitária, onde se protege o mais fraco a fim de evitar que o mais forte cometa abusos e o impeça de desenvolver todo o seu potencial.

A concessão do microcrédito é uma forma de o Estado se responsabilizar pelo fomento de crédito criado nos últimos anos gerando o superendividamento. O Estado deve tomar para si a responsabilidade de evitar que seus cidadãos sejam marginalizados da sociedade pela inadimplência generalizada de seus contratos.

Instando os fornecedores a seguirem os princípios consumeristas e constitucionais a pessoa poderá aprimorar seu projeto existencial e patrimonial.

A concessão de microcrédito deve ser fomentada pelo Estado a fim de que todas as instituições financeiras a adotem, posto que ofertando microcrédito as pessoas físicas e jurídicas dela cliente conseguirão criar um próprio negócio, gerando renda a fim de se auto-sustentarem.

Quem sabe, assim, algum dia não será mais necessária a política de assistencialismo irresponsável que o país vem adotando nos últimos tempos.

O microcrédito por ser ofertado de forma responsável e profissional mostra que é possível dentro do sistema capitalista e consumerista retirar as pessoas da

pobreza e inserí-las no mercado de consumo de tal forma de que de lá elas nunca precisarão sair.

BIBLIOGRAFIA

BESSA, Leonardo Roscoe. **Relação de Consumo e Aplicação do Código de Defesa do Consumidor**. 2ª ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

BOLSON, Simone Hegele. *O direito de arrependimento nos contratos de crédito ao consumidor*. IN: **Revista do Direito do Consumidor**. ano 16 n.º 64, out.– dez./2007 p. 166-202.

CARPENA, HELOISA. *Uma lei para os consumidores endividados*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**, ano 16, n. 61, jan-mar/2007, p. 76-89

CEZAR, Fernanda Moreira. *O consumidor superendividado*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. ano 16, n. 63, jul-set/2007.

CONSALTER, Rafaela. O perfil do superendividado no Estado do Rio Grande do Sul. 2005 Apud: CARPENA, Heloisa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. n.º 55, jul-set/2005, p. 120-148.

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

COSTA DE LIMA, Clarissa. *Crédito Responsável e Superendividamento*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. Ano 16. n.º 64, out-dez de 2007 p. 301-310.

EFING, Antônio Carlos. **Contratos e Procedimentos à Luz do Código de Defesa do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FLORENZANO, Vicenzo Demetrio. *Os Grandes Bancos e a democratização do crédito: uma proposta de regulação*. IN: **Revista de Direito bancário e do Mercado de Capitais**, ano 8, n.º 27 – jan/mar de 2005

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

_____, Cláudia Lima. *Sugestões para uma lei sobre o tratamento dos superendividamento de pessoas físicas em contrato de crédito ao consumo*. IN: **Revista de Direito do Consumidor**. Ano 14, n.º 55, jul-set de 2005, p. 11-52.

NEGREIROS, Teresa. **Teoria do contrato: novos paradigmas**. Rio de Janeiro: Renovar, 2002

NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 2ª Ed. rev. modif. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

PAIXÃO, Giorgio Jesus da. **O que é microcrédito**. Site: www.rumosustentavel.com.br/o-que-e-microcredito/ acesso em 27 de setembro de 2009

SACHET, Celestino; WATERKEMPER, Margaret; SACHET, Sérgio. **A vitória do crédito de confiança: o microcrédito em Santa Catarina**. Florianópolis: BADESC, 2001

SOARES, Lucila. *O show do crediário*. IN: **Revista Veja**, ed. 1953, ano 39 n. 16. São Paulo: Abril, 26.04.2006, p. 98-105.

TEPEDINO, Gustavo. *A nova relação de Consumo*. In: Temas de Direito Civil. 3ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.

TOMELIN, Mario. **O microcrédito no Brasil**. site: <http://www.saa.unito.it/pdf/alfa/tomelin.pdf> acessado em 29 de outubro de 2009.

YUNUS, Muhammad. **Um Mundo Sem Pobreza: a empresa social e o futuro do capitalismo**. São Paulo: Ática, 2008.

Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. 8ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004

www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/microempresa/2001.pdf. acessado em 03 de outubro de 2009.