

O JOVEM E O CRÉDITO: UMA ESTRATÉGIA DE ENDIVIDAMENTO PRECOCE ?

Aluno: Thiago Caldas Franco
Orientadora: Rosangela Cavallazzi

1. Introdução

O presente trabalho pretende apresentar uma pesquisa empírica que busca analisar a relação de consumo entre o jovem universitário e as instituições financeira, bancária e de crédito no contexto do perfil do consumidor superendividado no Brasil.

Trata-se do resultado preliminar de reflexões no âmbito da pesquisa interinstitucional [1], intitulada o Perfil do Consumidor Superendividamento, etapa “Concessão de Crédito para Jovem no Rio de Janeiro” [2], em uma parceria institucional entre o Núcleo de Direito do Consumidor do Instituto de Direito da PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro), o Centro de Pesquisa e Documentação da OAB-RJ (Ordem dos Advogados do Brasil, seção do Rio de Janeiro) e o BRASILCON (Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor).

Desde o ano de 2005, em face do fenômeno da explosão de crédito no Brasil, acompanhado por forte apelo publicitário e a ausência da exigência de garantias ou limites para a concessão do crédito, o aumento das situações de superendividamento de consumidores levou a realização de pesquisa sobre o perfil destes superendividados. Neste sentido, primeiro na cidade de Porto Alegre, e em seguida na cidade do Rio de Janeiro, foi realizada pesquisa de campo, em parceria com entidades públicas como a Defensoria Pública e a OAB, na qual promoveu-se a distribuição de questionários padrões a partir dos atendimentos realizados pelos defensores públicos que tratavam de casos de consumidores inadimplentes que apresentassem alto comprometimento de sua renda mensal com o pagamento destas dívidas.

Os questionários incluíam perguntas sobre a quantidade e qualidade de informação prestadas ao consumidor na fase prévia à celebração do contrato; as razões determinantes da impossibilidade de pagamento do consumidor; o cumprimento ou não da legislação de proteção dos consumidores em relação às informações obrigatórias aos consumidores, sobretudo sobre a taxa de juros prevista no contrato e a soma do valor a ser pago em razão do financiamento.

A pesquisa sobre o crédito ao jovem universitário, seguiu a metodologia do projeto original com as necessárias adaptações, em virtude do distinto universo espacial e temporal pesquisado, foi realizada entre os meses de agosto de 2006 a maio de 2007, fez-se uma abordagem interdisciplinar com pesquisa empírica de caráter qualitativo exploratório, através da aplicação de questionário

[1] Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, o Instituto Brasileiro de Direito do Consumidor (BRASILCON), o Núcleo de Defesa do Consumidor da Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro (Nudecon), o Centro de Documentação e Pesquisa da Ordem dos Advogados do Estado do Rio de Janeiro (OAB/RJ), o Programa de Pós-graduação em Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Prourb-UFRJ), Programa de Pós-graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), PROCON-São Paulo, RECIFE, Departamento de Direito do Consumidor no Centro de Estudos da AJURIS/RS.

[2] Projeto de Pesquisa intitulado “Concessão de Crédito para Jovens: Uma estratégia de endividamento precoce?”. Desenvolvido sob a coordenação dos professores Flávia de Almeida Viveiros de Castro e Daniele Medina no Núcleo de Direito do Consumidor do Instituto de Direito da PUC-Rio dirigido pelo Prof. Adriano Pilatti, Diretor do Departamento de Direito, e coordenado pela Prof^a Flávia de Almeida Viveiros de Castro. Participaram da pesquisa de campo do projeto piloto os alunos de graduação da PUC-Rio: Ana Letícia Stern, Ana Luiza Dias, Gabriela Mesquita, Guilherme Labronici, Guilherme Rocha, Luciana Kalil, Maria Lúcia Magalhães, Mariana Palmeira.

presencial composto de 19 perguntas, com amostra aleatória que abarcou 32 alunos do Curso de Graduação da PUC-Rio.

Este questionário presencial teve o intuito de, como projeto-piloto, nortear a aplicação de questionário definitivo. A sistematização dos dados do projeto piloto, embora não possa possibilitar generalizações de cunho científico, já serve para nos apontar características específicas do perfil do jovem.

2. O perfil do jovem consumidor de crédito

Dados do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas [3] (CPS-FGV) mostram que, entre 1991 e 2000, anos dos últimos censos demográficos, a proporção de jovens brasileiros (15 a 24 anos) com mais de 12 (doze) anos de estudo passou de 3,3% para 4,62%.

Um outro estudo, realizado pelo economista da PUC-Rio José Marcio Camargo, revela que metade das crianças brasileiras vive em famílias pobres e que, desse contingente, 80% não chegam a completar o ensino fundamental [4]

No Estado do Rio de Janeiro, onde a pesquisa que aqui apresentamos está sendo realizada, o CPS-FGV constatou que o percentual de jovens com mais de 12 anos de estudo passou de 5,77% para 6,63%. Como o levantamento revela que o Rio de Janeiro tem 2,596 milhões de pessoas na faixa etária considerada (15 a 24 anos), conclui-se que apenas 174 mil jovens iniciaram o curso superior. Além disso, o Rio de Janeiro apresenta 9,17% de jovens analfabetos ou com até três anos de estudo (aproximadamente 238 mil pessoas).

O desemprego enfrentado entre as pessoas de 18 a 24 anos passou de 20,9%, até novembro de 2000, para 21,2%, no mesmo período do ano passado (2006). Segundo Marcelo de Ávila, economista e pesquisador do Instituto de Economia Aplicada (IPEA), os números são 2,8 vezes maior que a desocupação entre as pessoas de 25 a 49 anos. [5]

Dos dados apresentados acima se percebe que a baixa qualificação dos jovens brasileiros parece ser um dos fatores que agrava a questão do desemprego. Além disso, contribui para a baixa remuneração daqueles que conseguem uma colocação no mercado de trabalho.

Ocorre que o desemprego não assola apenas os jovens desqualificados, até os poucos brasileiros que concluem o ensino superior têm dificuldades de ingressar no mercado de trabalho. Segundo a Unesco [6], apenas 9% dos jovens no Brasil têm nível superior; enquanto a média mundial é de 30%. Segundo ainda o superintendente de estágios do Centro de Integração Empresa Escola [7] (CIEE), Afonso Lamounier, a exigência de habilidades específicas representa entrave na contratação de boa parte dos 500 mil formandos anuais.

Por isso, é importante citar o fenômeno ainda pouco estudado no país: o chamado desemprego intelectual. Trata-se daqueles profissionais com formação universitária que têm formação superior numa determinada área, mas trabalham em outra que geralmente exige menor escolaridade. O economista Cláudio Dedecca, professor da Unicamp, cruzou dados do Censo do ano 2000 para dimensionar o problema e chegou a dados inéditos. De acordo com seu estudo, restrito ao Estado de São Paulo, 37% das pessoas com formação superior exercem atividades profissionais que não exigem curso universitário.[8]

[3] Os referidos dados foram divulgados, em reportagem publicada no caderno de economia do jornal O Globo, aos 13 de junho de 2004.

[4] Idem.

[5] Os referidos dados do IPEA foram divulgados pelo jornal O Globo aos 14 de janeiro de 2007.

[6] Idem.

[7] O Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE) é uma instituição filantrópica, com 42 anos de existência, mantida pelo empresariado nacional. O seu maior objetivo é encontrar, para os estudantes de nível médio, técnico e superior uma oportunidade de estágio que os auxiliem a colocar em prática tudo o que aprenderam na teoria. Vide www.ciee.org.br.

[8] Dados levantados a pedido da Revista Época e divulgados no número 281 aos 06 de outubro de 2003.

Os dados acima mostram a frágil posição dos jovens brasileiros em relação ao mercado de trabalho. Dados deste projeto-piloto mostram que 87% dos estudantes já entrevistados residem com os pais e que 77% deles têm como principal fonte de renda a mesada. Confirmam dessa forma pesquisa realizada pela Unesco em julho do ano passado (2006), que constatou: 49,3% dos brasileiros entre 15 e 29 anos sempre moraram com os pais e 25,5% dos que já saíram de casa voltaram.[9]

Esses números ganham sentido numa sociedade onde há tanta dificuldade de inserção profissional. A busca por estruturas que permitam ao jovem superar os desafios impostos e conseqüentemente emancipar-se, tem retardado a independência econômico-financeira pois a ampliação da qualificação se tornou essencial.

Além disso, como, entre outros motivos, até o Estado, tradicional empregador, tem reduzido o número de contratações, a disputa por vagas nos concursos públicos tem sido cada vez mais acirrada. Em função dessa realidade, tem se tornado fenômeno comum entre os jovens continuarem sendo sustentados pelos pais, inclusive depois de formados, para que se preparem para os concursos públicos e atinjam a tão almejada estabilidade profissional.

Assim sendo, nos parece que o contexto de que tratamos contribui para o fato de que o vínculo de dependência econômica com a família, hodiernamente, tende a se prolongar no tempo.

De acordo com a lição de Claudia Lima Marques:

"o endividamento é um fato inerente à vida em sociedade, ainda mais comum na atual sociedade de consumo. Para consumir produtos e serviços, essenciais ou não, os consumidores estão –quase todos- constantemente se endividando. Consumo e crédito são duas faces da mesma moeda, vinculados que estão no sistema econômico e jurídico de país desenvolvidos e de países emergentes, como o Brasil." (Direitos do Consumidor Endividado - Superendividamento e crédito. Editora Revista dos Tribunais, pág. 256)

Desta lógica não escapam os jovens. Por serem agentes economicamente ativos de nossa sociedade, exercendo o seu poder de mercado seja pelo gasto de suas mesadas e/ou pelo gasto da remuneração de trabalhos fixos ou ocasionais, é cada vez mais perceptível que são vistos desde muito cedo como potenciais consumidores de serviços bancários e como alvo da oferta de crédito.

No campo da publicidade, a pseudodemocratização do crédito encoraja o perfil desleal, agressivo e exageradamente célere da oferta de crédito. Adotando práticas abusivas na publicidade, as instituições financeiras dissimulam, de forma perversa, a “venda do seu produto”, ao aproveitar a situação de fragilidade dos seus clientes.

A publicidade, por exemplo, que dissemina valores e comportamentos, se aproveita de um mecanismo fetichista, da condição econômica da população e do fato de existir uma política de governo no sentido de incentivar a concessão de crédito às pessoas físicas [10] e cria campanhas agressivas sobre crédito popular. Observe-se que tais circunstâncias não são a única causa, mas demonstram situações de hipervulnerabilidade do consumidor jovem.

Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Cartão de Crédito e Serviços (ABECS), cartões de crédito para jovens de 12 a 17 anos já representam 12% do total do mercado [11]. Além disso, o marketing é direcionado. Até a cantora canadense Avril Lavigne, febre entre os

[9] Os dados supra foram divulgados pela versão online da revista Isto é.
V. http://www.terra.com.br/istoe/1943/comportamento/1943_jovens_endividados.html.

[10] O Ato Normativo nº 418 da Procuradoria Geral de Justiça inclui, como umas das metas para 2006, na área do Direito do Consumidor, o combate aos prejuízos e perigos do crédito consignado, visando principalmente o combate a essa publicidade. Segundo a Folha de São Paulo, em edição online de 26 de abril de 2006, o MP já havia até aquela data celebrado termos de ajustamento de conduta com 17 bancos que veiculavam propaganda irregular sobre os empréstimos consignados.

[11] Dados retirados do site da Associação das Donas de Casa, Consumidores e da Cidadania de Santa Catarina (ADOCON). Vide <http://www.adocontb.org.br>

adolescentes, já anunciou ter firmado uma parceria com a Mastercard para o lançamento de um cartão com o seu nome.[12]

Nunca se ofereceu tanto dinheiro, e de forma tão fácil aos jovens. As ofertas são feitas nas ruas, nas lojas, através da televisão e até dentro das faculdades. Basta assinar para obter o financiamento do bem desejado, o cartão de crédito ou o cheque especial. Talvez não por outra razão o final da história para muitos é ter seu nome na lista de maus pagadores do Serasa, ficar com restrição ao crédito e iniciar a vida adulta "no vermelho", o que pode prejudicar, inclusive, seu trânsito no mercado de trabalho.

Observe-se que do total de nomes que aparecem no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) no País, 6% são de menores de 21 anos. Segundo Araken de Carvalho Novaes, presidente do SPC, a entrada de mais jovens no mercado financeiro - crescimento de 10% em 2006, segundo o Banco do Brasil - foi a responsável por uma alta de 23,67% no número de inclusões no banco de dados de devedores. Segundo Novaes, isso se deu porque os bancos passaram a liberar crédito e entregar cheques com maior facilidade aos jovens para lucrar mais [13]. Tais números são impressionantes se considerarmos que em regra o jovem recebe socorro de familiares.

Torna-se pertinente, portanto, a constatação que Clarissa Costa de Lima e Karen Rick Bertoncello fazem com base na doutrina francesa:

“O estudo do superendividamento nas atuais condições de fornecimento de crédito ao consumidor repercute na microeconomia familiar e na macroeconomia social, confirmando a assertiva de Bruno Oppetit, no sentido de que os ramos da economia e do direito para a tutela jurídica dos fenômenos sociais se complementam (...).

Esta dimensão sócioeconômica do superendividamento identifica que a manutenção do mercado com a crescente produção de bens, de serviços e de informações dependerá da “saúde” financeira do consumidor e de sua inserção no ciclo de produção, o que só é possível por meio de tutela jurídica específica destinada a prevenir e a solucionar as situações de endividamento.”(Direitos do Consumidor Endividado - Superendividamento e crédito. Editora Revista dos Tribunais, pág. 208. RT, 2006.)

No que tange a microeconomia familiar, é necessário que nos atentemos para o fenômeno já analisado, qual seja, o prolongamento do vínculo de dependência com a família. Pais e avós acabam gastando, para dar suporte aos filhos, dinheiro que normalmente ou possivelmente estaria sendo gasto ou poupado para lhe proporcionar maior conforto na meia idade ou na velhice.

Além disso, o endividamento precoce é nocivo para a relação de consumo como um todo porque contribui diretamente para a exclusão do consumidor do ciclo de produção e para a estagnação do mercado.

Tudo indica que os jovens também estão suscetíveis a ficarem impossibilitados de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo – tornando-se superendividados. Dentro desse contexto, parece-nos extremamente relevante a prevenção deste fenômeno social e o seu equacionamento.

Na opinião do consultor financeiro Cláudio Boriola, especialista em Economia Doméstica e Direitos do Consumidor, é um grande problema a falta da disciplina de Educação Financeira nas grades curriculares. "Se os jovens não forem educados, a tendência é aumentar ainda mais a inadimplência". O Distrito Federal sai na frente: a partir de 2007, todas as escolas da rede pública

[12] Dados retirados do site da Associação das Donas de Casa, Consumidores e da Cidadania de Santa Catarina (ADOCON). Vide <http://www.adocontb.org.br>.

[13] Tais dados e declaração foram publicados na edição de 14 de janeiro de 2007 do jornal O Globo.

terão a disciplina no currículo escolar. Todavia, tal prevenção e solução deve envolver diretamente a tutela específica no campo do direito do consumidor.[14]

Como exemplo de tais tratamentos, há a possibilidade de termos a ter uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo, em moldes similares à normativa já existente na Europa. Em linhas gerais, tal proposta conterá normas mais específicas sobre os deveres de boa-fé, informação, cuidado e cooperação, bem como:

"controle de publicidade e da informação sobre o crédito ao consumo e às populações de baixa renda, impondo exigências de forma, facilitando o direito de arrependimento no crédito ao consumo, impondo limites às garantias pessoais, impondo a vinculação legal entre o pagamento, os contratos acessórios e o contrato principal de consumo, assim como tratando de temas processuais e administrativos, a exemplo da lei francesa." (Claudia Lima Marques em Direitos do Consumidor Endividado - Superendividamento e crédito. Editora Revista dos Tribunais, pág. 308)

Neste diapasão, antevendo ainda a possível multiplicação de problemas que já se anunciam em algumas ações judiciais [15] e a provável insatisfação dos jovens com o sistema financeiro, a pesquisa que por meio deste artigo apresentamos pretende investigar a necessidade de se incluir na proposição de uma lei especial sobre superendividamento normas específicas sobre o oferecimento de crédito para jovens.

Nesse sentido, elucidativo o resultado do projeto-piloto. Além das questões objetivas, o questionário utilizado continha as seguintes perguntas discursivas: "Você já enfrentou algum problema com instituições financeiras?" e "Você tem algum elogio a fazer às instituições financeiras?". No caso de respostas positivas, os entrevistados foram orientados a enumerar os problemas e os elogios.

Dezesseis por cento dos entrevistados declarou já ter enfrentado algum problema com as instituições financeiras. Trata-se de um índice relativamente elevado se levarmos em consideração que noventa e sete por cento dos entrevistados têm entre 18 e 21 anos de idade, ou seja, tem pouca convivência e um vínculo não muito longo com instituições financeiras. Mesmo num universo de entrevistados extremamente jovens e inexperientes em relação a contratos bancários, encontramos casos de necessidade de negociar dívidas com a instituição bancária (5%).

[14] Dados e declaração retirados do site da Universidade de Santos / SP. Vide <http://www.unisantos.br/pos/noticias.php?cod=72>

[15] Vide os seguintes casos, do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro: a) apelação cível 16.104/2004. Trata-se de jovem universitária, acadêmica da PUC-Rio, usuária de cartão de crédito chamado CARTÃO PUC-RIO REAL VISA, que se atrasou no pagamento de uma fatura. O pagamento foi concretizado assim que a autora da ação tomou ciência da negativação do seu nome e, mesmo assim, a inscrição no SERASA se perfez por cerca de três anos e ainda por conta de quantia um pouco superior a 9 (nove) reais. Em razão da negativação viu-se a jovem obstada em suas pesquisas acadêmicas, na busca do primeiro emprego e na normal abertura de outra conta bancária.; e b) apelação cível 23.598 de 2004, que tratou de caso em que o jovem pagou a fatura do cartão de crédito, mas, por conta de atraso na computação de pagamento por ele realizado, sentiu-se ameaçado de ver cancelado o mesmo cartão. No julgado o Desembargador Relator, sugerindo a hipervulnerabilidade do jovem, considerou que o ocorrido "(...) prejudicou o equilíbrio emocional de jovem trabalhador, de baixa renda, o qual, como todos os de sua condição nos dias hodiernos, perigosos e conturbados, preocupa-se, deveras, em manter-se "em dia" para com as obrigações, para assim labutar por diuturno, na concretização de sonhos que são próprios a todos de tal faixa etária."(Terceira Câmara Cível, Relator Luiz Haddad, julgados – respectivamente – em 21.09.04 e 18.04.06)

Mesmo assim, é possível que a faixa dos que declararam nunca ter tido qualquer problema com as instituições financeiras esconda consumidores que atribuam a responsabilidade de tais problemas a si mesmos. Natural que um consumidor que tenha, por exemplo, se tornado inadimplente não perceba que o crédito lhe fora oferecido de forma irresponsável, ou seja, o mutuante profissional, ao não verificar a situação financeira do mutuário, pode ter oferecido tipos e montantes de crédito que o consumidor não está em condições de reembolsar. Neste caso, o consumidor pode não perceber que, pela falta de diligência do banco, o contrato já nasce maculado pela impossibilidade de ter as obrigações que dele decorrem respeitadas.

Importante ainda lembrar que o oferecimento de crédito ao consumidor jovem é parte nova e em crescimento no universo de mercado em que as instituições financeiras atuam. Estamos diante de um contexto de criação de novas técnicas de atração desse tipo de cliente. Diante disso, deve-se alertar para a possibilidade de, na falta de regulamentação, termos, no futuro, índices crescentes de problemas e consumidores insatisfeitos.

Dentre os problemas enumerados pelos entrevistados insatisfeitos destacam-se os relativos ao acesso e clareza das informações, os relativos ao valor das taxas e dos juros, bem como a publicidade enganosa. De onde se percebe clara violação aos artigos: 6º, incisos; 30 ; 36 caput e § 1º - todos do CDC.

No que se refere aos elogios feitos pelos entrevistados às instituições financeiras, a maior parte versou sobre a facilidade de adesão e sobre a falta de burocracia na abertura de contas. Como grande parte dos anúncios publicitários está vinculada à oferta de limite de crédito pré-aprovado, as referidas resposta precisam ser objeto de reflexão.

Conseqüentemente, é indispensável que se analise se a mencionada facilidade funciona na razão direta ou indireta da tutela e aplicação do Código de Defesa do Consumidor, ou seja, trata-se de um atendimento eficiente e de qualidade, resultado de uma legislação consumerista com eficácia social, ou de uma forma de acesso ao crédito excessivamente facilitada que pode levar o consumidor a níveis exagerados de endividamento ?

Por derradeiro, em razão de todo o exposto, nos parece extremamente relevante, para a normativa específica (acima citada) sobre a concessão de crédito ao consumo, o raciocínio que Clarissa Costa Lima apresenta, com base no direito comparado, sobre o princípio do empréstimo responsável:

"Nos termos do artigo 9 da Proposta de Diretiva COM (2002) 443, de 11 de setembro de 2002, ao celebrar um contrato de crédito ou de garantia ou ao aumentar o montante total do crédito ou o montante garantido, parte-se do princípio de que o mutuante ponderou previamente, por todos os meios à sua disposição, que o consumidor e, se necessário, o garante, de acordo com um critério de razoabilidade, podem respeitar as obrigações que decorrem do contrato." (Empréstimo Responsável: Os deveres de Informação nos Contratos de Crédito e a Proteção do Consumidor contra o Superendividamento. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Direito, 2006, p. 89.)

Criar-se-ia uma obrigação geral, de meios, para o profissional. Dessa forma estaria obrigado a estudar antecipadamente a situação financeira do consumidor e apenas lhe oferecer o crédito que está possibilitado de reembolsar. Tal lógica é inclusive coerente com os resultados já apresentados pelo projeto-piloto em tela. Cinquenta por cento (50%) dos entrevistados nunca usou o limite de crédito disponível em sua conta, apenas 15% o faz com frequência. Parece que o jovem é, sim, prudente no uso do crédito que lhe é posto a disposição. Assim sendo, é natural que o endividamento desses indivíduos aconteça, em regra, de forma passiva e não por mero descontrole (ativamente).

3. A hipervulnerabilidade do consumidor jovem

O artigo 4º, inciso I, do CDC reconhece um aspecto fundamental, que é a fragilidade do consumidor. A partir deste inciso serão estabelecidas formas gerais de se trazer equilíbrio para uma relação onde um dos seus sujeitos torna-se vulnerável em virtude das circunstâncias. A vulnerabilidade reconhecida no inciso primeiro do artigo quarto do CDC, na doutrina brasileira de Claudia Lima Marques, apresenta-se sob quatro espécies, quais sejam: *a técnica, a jurídica, a fática e informacional*. [16]

A *vulnerabilidade técnica* se dá em face da hipótese na qual o consumidor não possui conhecimentos especializados sobre o produto ou serviço que adquire ou utiliza em determinada relação de consumo. A *vulnerabilidade jurídica*, na hipótese da falta de conhecimentos, dos direitos e deveres do consumidor inerentes à relação de consumo que estabelece, assim como a ausência da compreensão sobre as conseqüências jurídicas dos contratos que celebra.

A *vulnerabilidade fática* é espécie ampla, que abrange, genericamente, diversas situações concretas de reconhecimento da debilidade do consumidor. A mais comum, neste caso, é a vulnerabilidade econômica do consumidor em relação ao fornecedor, mas não apenas. Pode, igualmente, referir-se a uma determinada condição do consumidor, em razão da qual acentue-se sua desigualdade em relação ao fornecedor. É o caso do consumidor-idoso, ou ainda do consumidor-jovem, tema da presente pesquisa. Neste caso, a condição específica fática dá causa à identificação de uma determinada espécie de desigualdade, o que no caso do jovem se estabelece pela falta de experiência que o caracteriza, dentre outros fatores examinados no presente trabalho.

Por fim, a *vulnerabilidade informacional* [17], dirá respeito ao contexto contemporâneo norteado pelos signos da sociedade tecnológica, onde a informação é poder. Entretanto, *a contrario sensu*, o excesso de informação também pode gerar confusão no lugar de esclarecimento, assim uma verdadeira poluição informacional pode resultar em maior fragilidade da posição do consumidor, pois o que tudo parece dizer, por certo pouco ou nada diz.

No contexto da pesquisa, o consumidor-jovem, em face do perfil que já se apresenta, estará mais propenso a ser acometido dos quatro tipos de vulnerabilidade.

4. Instrumentos de proteção ao consumidor jovem nos contratos de crédito.

Como visto acima, a relação do jovem com a instituição financeira, bancária e de crédito supera em termos de fragilidade uma relação ordinária do CDC. E, essa fragilidade não é unicamente própria e específica do sujeito jovem isolado, nem unicamente conseqüência direta dos métodos de concessão de crédito.

O CDC já reconhece um tipo de hiperfragilidade, como por exemplo em seu artigo 49. Onde uma relação ou situação específica garante especial tutela de direitos, não os sujeitos, mas a relação. Porque presume-se daquela situação especial não apenas a fragilidade do consumidor, que é geral; mas presume-se fundamentalmente uma abusividade na relação (fora de estabelecimento comercial).

Essa presunção da abusividade no modo se faz importante quando consideramos o contrato em tela. Da natureza do contrato e a sua comum transformação automática (de contrato universitário – portador de "vantagens"- para conta-corrente comum) é presumida a abusividade, gerando, portanto conseqüências para o fornecedor de cláusulas abusivas.

Isso não significa dizer que a concessão de crédito não possa ser benéfica. Significa dizer que a tutela jurídica neste tipo de contrato deve ser diferenciada e especial, na mesma proporção do contrato, no sentido de trazer equidade à relação jurídica entre o jovem universitário e a instituição financeira.

[16] LIMA, Claudia Lima. *Contratos no Código de defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*.ed. rev.,atual.e ampl.São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006, p.320.

[17]LIMA, Claudia Lima. *Contratos no Código de defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*.ed. rev.,atual.e ampl.São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006, p.331.

Por essa tutela especial, que parte da observação de uma abusividade presumida, deve se entender que os riscos do contrato, que se distorce, não podem ser arcados unicamente pelo consumidor.

As conseqüências negativas do contrato ao consumidor devem ser restringidas. Uma vez que a instituição financeira, bancária e de crédito deve assumir, pelo menos, parte do risco.

Daí é que se pode referir a necessidade de indicação de dois instrumentos básicos, dispostos no ordenamento, para efeito de proteção do consumidor-jovem de crédito, quais sejam, o regime jurídico do dever de informar do fornecedor e a proteção do consumidor jovem quanto às formalidades de contratação, de modo a assegurar sua decisão esclarecida.

No primeiro caso, avulta a importância de aplicação, no direito brasileiro, do artigo 46, do CDC. Refere a norma: “*Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.*” Ou seja, toda a informação não repassada adequadamente ao fornecedor não o obriga ao cumprimento do contrato, tratando-se pois, de conseqüência típica à falha do dever de informar pelo fornecedor.

Outra norma de inegável destaque é a prevista no artigo 49 do CDC, que assegura o direito de arrependimento do consumidor. Indica a norma em comentário: “*Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7(sete) dias a contar da sua assinatura ou ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.*” Convém observar que não há necessidade de vício do produto, sequer justificativa para a desistência. A mera forma oportunista como o fornecedor procede é a própria justificativa para a desistência. Assim esse método que impede a reflexão e a liberdade de escolha do consumidor justifica o direito de arrependimento.

Note-se que as características mencionadas das vendas fora de estabelecimentos, são inerentes ao tipo de venda. Existe uma abusividade presumida, e o CDC protege o consumidor deste oportunismo no artigo 49, fundamentado justamente no princípio da boa-fé contratual.

No entanto, o referido dispositivo refere-se à abusividade em relação ao local /meio de contratação. O artigo especificamente não contempla as demais formas oportunistas. Contempla um oportunismo mais grosseiro, evidente, que é a venda fora de estabelecimento comercial, venda no domicílio do consumidor, por exemplo.

O que se observa no tipo de contrato em análise, entre a instituição financeira, bancária e de crédito e o universitário é a mesma situação, as mesmas características de impedir reflexão, liberdade de escolha e informação. No entanto este método não se apresenta de forma grosseira, nem evidente num primeiro momento, justamente porque o foco está no futuro, na transformação do contrato.

Trata-se de um artigo de orientação, no sentido de traduzir o princípio da boa-fé em sua proteção ao oportunismo exagerado. Apesar do artigo se limitar a local e meio, obviamente a proteção do princípio da boa-fé se estende por toda forma de oportunismo exagerado.

No que se refere ao controle quanto à forma de contratação, com relação ao consumidor-jovem, trata-se de coibir a prática reiterada das instituições financeiras, bancárias e de crédito, na qual contratos, originariamente celebrados como do tipo universitário (com teóricas vantagens sobre o “contrato comum”), gere dívidas para um segundo contrato no qual se transforma automaticamente após o estudante universitário perder esta condição. Da mesma forma, resulta incorreto que dívidas contraídas em contas universitárias sejam cobradas com taxas de conta ordinária porque o contrato simplesmente se transformou. Ou, que o consumidor-jovem seja obrigado a ter transformada sua conta em ordinária naquela mesma instituição por não poder saldar suas dívidas.

E, para que tal estratégia não ocorra é fundamental que seja esclarecida a distinção entre a conta universitária e a ordinária. Exigindo, portando, duas solenidades de contratação distintas, dois momentos em que serão prestadas as informações próprias de cada produto (obviamente, sem exclusão do direito de informação no decurso do contrato). Deve-se reservar ao consumidor o direito de comparar novamente os diferentes produtos das diferentes instituições, no sentido poder escolher a conta ordinária que melhor correspondas as suas necessidades.

5. Conclusões

Consideradas a abordagem ainda incipiente da pesquisa empírica realizada e as observações possíveis até o presente momento, especialmente quanto as estratégias do mercado no processo de concessão de crédito ao jovem universitário, estaremos a seguir a apresentar muito mais uma reunião de possibilidades e obstáculos no sentido da tutela do jovem universitário consumidor do que propriamente respostas definitivas.

Nesta perspectiva e, em consonância com os objetivos estipulados, são de duas naturezas as conclusões alcançadas, geral e específica.

Dentre as conclusões gerais, compreende-se que: a) a tutela do superendividado constitui direito fundamental, consagrando o princípio da dignidade da pessoa humana; b) o abuso do direito de fornecer crédito não está apenas na intenção de causar danos, mas no desvio do direito de sua função social, boa-fé, bons costumes e função social e econômica do direito impõem limites; c) no Brasil o ordenamento jurídico ainda não oferece suficientes meios de negociação das dívidas dos consumidores superendividados. Falta uma norma específica disciplinando o assunto. O superendividamento não é considerado, no Brasil, uma questão social; d) o superendividamento se enquadra na moldura da solidariedade constitucional, devendo o fornecedor de crédito ser responsabilizado pelas repercussões de suas atividades na sociedade.

Dentre as conclusões específicas, cumpre referir: a) deve ser reconhecida a presunção *juris tantum* de lesividade em todo crédito para jovem; reconhecendo a hiperfragilidade da relação entre o perfil e estratégias contratuais das instituições financeiras – artigo 51 c/c 49 do CDC; b) deve ser reconhecida a inexigibilidade do primeiro contrato nas hipóteses de consequências negativas ao jovem no caso de superendividamento. Logo, os riscos do comportamento do jovem devem ser divididos com a instituição financeira, bancária e de crédito; d) aplica-se a teoria da responsabilidade civil objetiva nas hipóteses de dano materiais e morais ao jovem universitário; e) há, na contratação de crédito para jovens, a criação de obrigação de meio para a instituição financeira, bancária e de crédito ficando obrigada a análise prévia da situação financeira do consumidor e a somente lhe oferecer o que é capaz de reembolsar – crédito na razão direta da capacidade de pagamento; sob pena de perda dos juros; f) a responsabilidade na oferta de crédito violando as obrigações inerentes ao dever de informação, que constituem pressuposto privilegiado no caso do jovem universitário; g) se jovens e idoso são hiposuficientes devem receber tratamento especial no projeto de lei de tratamento do superendividamento.

Referências

1 - CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividado: referências no Brasil. In: MARQUES, Claudia Lima: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.) *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Revista do Tribunais, 2006. p. 384 – 398.

2 - CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; CARPENA, Heloisa. Superendividamento: propostas para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Claudia Lima: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.) *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Revista do Tribunais, 2006. p. 310-344.

- 3 - MARQUES, Claudia Lima. *Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos bancos: ADIn 2591*. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2006.
- 4 - _____. **Contratos no Código de defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**.ed. rev.,atual.e ampl.São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.
- 5 - _____. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com baseem pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, 2006, p. 363 – 395.
- 6 - LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e o superendividamento. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.) *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Revista do Tribunais, 2006. p 191- 209.
- 7 - LIMA, Clarissa Costa de. **Empréstimo Responsável: Os Deveres de Informação nos Contratos de Crédito e a Proteção do Consumidor contra o Superendividamento**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Direito, 2006,
- 8 - LOPES, José Reinaldo de Lima. *Crédito ao consumidor e superendividamento*: uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, n. 17, p. 58-64, jan./mar. 1996.