

## IX CONGRESSO BRASILEIRO DE DIREITO DO CONSUMIDOR

\* Tese aprovada por unanimidade durante a realização do IX Congresso de Direito do Consumidor, realizado em Brasília (DF), entre os dias 03 e 06 de junho de 2008

**Proponente:** Rodrigo Mateus de Oliveira Signorelli

**Órgão:** Coordenadoria Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon/Uberaba)

**Cidade/Estado:** Uberaba/MG

### **Enunciado da tese:**

O *modus operandi* abusivo das financeiras nas ruas dos grandes centros urbanos e seus reflexos no superendividamento da população

### **Exposição de motivos:**

É praticamente impossível atravessar a região central de alguma média ou grande cidade brasileira sem ser abordado por um funcionário de financeira. Já faz parte da paisagem urbana a aglomeração deles nos locais de grande fluxo de pessoas, sempre lépidos e bem treinados. Oferecem dinheiro com a naturalidade de um vendedor de picolés, em condições bastante convidativas. Em poucos minutos, um cadastro é preenchido, um contrato de empréstimo é assinado ali mesmo, no meio da rua, do calçadão ou num ponto de ônibus. O reflexo de tão impensada negociação se faz sentir logo mais, com o peso das parcelas no parco orçamento familiar e a negativação do nome junto aos serviços de proteção do crédito.

A expansão do crédito no país, aliada à estabilidade econômica dos últimos dez anos, mudou os hábitos de consumo dos brasileiros, notadamente das classes sociais menos favorecidas. Recente pesquisa mostra que 86,2 milhões de pessoas compõem a classe C brasileira<sup>1</sup>, mais numerosa e menos informada para o consumo. O mercado financeiro percebeu o novo filão e, num estalo, dezenas de financeiras ganharam os centros urbanos e despejaram nas ruas os seus funcionários, ávidos pelas comissões que o novo negócio proporcionava de forma generosa. A modalidade do crédito consignado, iniciativa interessante de se oferecer empréstimos mais baratos a aposentados e pensionistas, já foi

---

<sup>1</sup> Disponível em [www.portalrpc.com.br](http://www.portalrpc.com.br), acessado em 12.05.2008

amplamente desvirtuada pelas instituições financeiras e hoje é responsável pelo superendividamento de milhares de idosos.

A observação da conduta desses agentes nas ruas revela com clareza a busca pelo perfil ideal do consumidor de suas ofertas: aposentados, pensionistas, funcionários públicos e pessoas de aparência modesta. Localizados em pontos estratégicos, geralmente centrais, como portas de bancos, pontos de ônibus, calçadas, praças e imediações das agências do INSS, os funcionários das financeiras são treinados para convencer sua vítima em poucos minutos.

As abordagens ocorrem da pior forma possível, pois os divulgadores são orientados a abordar pessoas idosas ou de aparência modesta. Visam essas pessoas porque encontram nelas maior facilidade para impingir seus produtos e serviços. Tais abordagens são ostensivas e constrangedoras, chegam ao ponto do mesmo consumidor ser abordado por vários funcionários de financeiras diferentes durante um curto trajeto na região. Perguntas e expressões como “está precisando de dinheiro?”, “vamos levar um dinheirinho hoje?”, “dinheiro baratinho, baratinho”, são exaustivamente ouvidas. As empresas estão localizadas nas imediações, o que permite ao funcionário acompanhar o incauto consumidor até a sede, local em que, fatalmente, muitos outros contratos são assinados. As supostas facilidades dos planos são repetidas como “empréstimo pessoal de forma fácil e rápida”, “não precisa de fiador”, “sem consulta ao SPC/Serasa”, “não precisa ter cheque”, “sem carro em garantia”, “crédito sem burocracia”, entre outros apelos.

De uma só vez, as financeiras e seus prepostos violam diversos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, como o direito à informação (arts. 6º, III; 31), pois não há clareza nas informações passadas e muito menos preocupação se as mesmas foram cognoscíveis. Utilizam-se de métodos coercitivos e constrangedores censurados pela lei (art. 6º, IV), praticam publicidade enganosa (art. 37, §1º), pois as informações ou a não prestação delas, induzem o consumidor a erro, não dão a ele todos os elementos para uma decisão livre e consciente. Quando miram nos idosos e nas pessoas com aparência modesta, praticam publicidade abusiva (art. 37, §2º), agindo de modo discriminatório, avançando sobre estes para se aproveitarem da sua reduzida capacidade de julgamento, prática abusiva também censurada pelo CDC no art. 39, IV. É simplesmente impossível combinar o modo de atuação dessas empresas com as normas de proteção aos consumidores de serviços financeiros, notadamente as disposições dos arts. 46 e 52 do CDC. Ademais, a banalização do negócio de crédito e a minimalização dos contratos, “aliado às técnicas de comunicação de massa, potencializam os riscos a que estão

expostos os consumidores, tornando impulsivo, irrefletido e desinformado o processo decisório”, como bem apontou Heloísa Carpena<sup>2</sup>.

A contratação de uma operação de crédito é algo sério, que necessita ser refletida previamente e fechada com absoluta consciência. Deve acontecer com certa cerimônia, em ambiente de tranquilidade, numa circunstância que transmita segurança ao consumidor. A consulta médica, a compra de remédios, a compra da casa própria, são atividades revestidas de seriedade, que prendem a atenção do consumidor. Não se imagina que uma consulta médica inicie-se na rua, que se compre remédios no camelô e nem se vê contratos imobiliários assinados de afogadilho, após uma abordagem na rua. Assim, como aceitar que a contratação de uma operação de crédito inicie-se na rua, se tal atividade é tão séria como as demais citadas aqui?

Entendemos que o *modus operandi* das financeiras escarnece das boas normas consumeristas e causam incontáveis prejuízos aos consumidores. Baseado em recente e bem sucedida ação do Procon/Uberaba, que retirou das ruas da cidade todos os funcionários das financeiras, valendo-se desses argumentos, entendo como urgente a tomada de medidas efetivas por parte dos órgãos de defesa do consumidor nesse sentido. A edição de uma nota técnica por parte do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), do Ministério da Justiça, se assim lhe aprovesse, fortaleceria esse entendimento e estimularia os demais órgãos do SNDC a adotar ações semelhantes, com o destemor necessário.

---

<sup>2</sup> “Uma lei para os consumidores superendividados”. São Paulo: Revista de Direito do Consumidor, n 61, jan.-mar., 2007, p.74.