

Evento: XX Jornada de Extensão - BOLSISTAS DE GRADUAÇÃO UNIJUI

**PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA NOS CONTRATOS DE
EMPRÉSTIMO PARA IDOSOS¹
MISLEADING AND ABUSIVE ADVERTISING IN LOAN CONTRACTS FOR
THE ELDERLY**

**Rafaela Andressa Renz Lubian², Alexia Gabriela Camargo Lopes³, Fabiana
Fachinetto⁴**

¹ Estudo desenvolvido no âmbito do projeto de extensão do curso de Direito da UNIJUI intitulado Conflitos Sociais e Direito Humanos: Alternativas Adequadas de Tratamento e Resolução

² Aluna do Curso de Graduação em Direito da UNIJUI, Bolsista do projeto de extensão Conflitos Sociais e Direito Humanos: Alternativas Adequadas de Tratamento e Resolução; E-mail: rafarenzclub@gmail.com

³ Aluna do Curso de Graduação em Direito da UNIJUI, Bolsista do projeto de extensão Conflitos Sociais e Direito Humanos: Alternativas Adequadas de Tratamento e Resolução; E-mail: alexia_lopes@hotmail.com

⁴ Mestre; Coordenador do projeto de extensão Conflitos Sociais e Direito Humanos: Alternativas Adequadas de Tratamento e Resolução;

INTRODUÇÃO:

É típico do mundo capitalista a busca de novos métodos de incentivo ao consumo, e nas últimas décadas, principalmente o consumo de crédito, com a criação de mecanismos que possibilitam o maior acesso ao crédito por pessoas de baixa renda. Todavia, muitas vezes estas práticas são prejudiciais ao consumidor, que por sua condição de vulnerabilidade, isto é, falta de conhecimento específico, socioeconômico e informacional, acaba estabelecendo negócios jurídicos que lhe são extremamente desfavoráveis, como acontece atualmente com os idosos, ao contratarem sucessivos empréstimos pessoais e/ou consignados.

Por meio do projeto de extensão Conflitos sociais e direitos humanos: alternativas adequadas de tratamento e resolução, vinculado ao Curso de Graduação em Direito da Unijuí, no Balcão do Consumidor de Ijuí, diariamente são realizados atendimentos envolvendo consumidores idosos, os quais encontram-se em situações de extrema indignidade em decorrência do endividamento causado pelos empréstimos contraídos, impossibilitando que os mesmos mantenham os recursos financeiros mínimos para sobrevivência digna. É evidente também que os consumidores são levados a essa situação em função da falta de planejamento e educação financeira, e especialmente pela confiança que depositam nos prepostos das instituições financeiras e também em fraudadores, cada vez mais comum nos dias de hoje.

Verifica-se que as principais reclamações contra as instituições financeiras são realizadas por consumidores idosos, os quais contrataram crédito pessoal e/ou consignado, que, não efetuaram um prévio planejamento financeiro quanto à capacidade de pagamento das parcelas do

Evento: XX Jornada de Extensão - BOLSISTAS DE GRADUAÇÃO UNIJUI

financiamento, e/ou, não tem conhecimento acerca da distinção entre os tipos de financiamentos, especialmente no que concerne à taxa de juros remuneratórios, que no empréstimos pessoais são extremamente altas. Outra problemática envolve a venda casada na contratação de seguro conjuntamente ao empréstimo, o qual é contratado sem que o consumidor tenha ciência inequívoca do mesmo. Também se verifica situações de publicidade enganosa por omissão, por meio das quais não são demonstradas de forma suficientemente clara as regras que regem o negócio, levando o consumidor a comprar o produto ou serviço sem o devido conhecimento sobre o ônus da contratação, condutas estas vedadas pelo Código de Defesa do consumidor, em que considera como práticas abusivas.

METODOLOGIA:

O estudo efetuado foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica, com leitura e análise de artigos e publicações referentes ao tema, assim como levando em consideração os dados estatísticos do Balcão do Consumidor de Ijuí/RS.

RESULTADOS E DISCUSSÕES:

A publicidade é a forma pela qual o consumidor toma conhecimento dos produtos e serviços existentes no mercado, sendo o principal instrumento utilizado para despertar o desejo de compra e estimular o consumo. São pensadas e elaboradas por profissionais especializados, porém, que nem sempre seguem as regras estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor e acabam efetuando a publicidade de forma enganosa ou abusiva. O Código de Defesa do Consumidor estabelece as regras da oferta e da publicidade e os princípios dessa relação, proibindo práticas comerciais coercitivas ou desleais, pois nas últimas décadas, com a elevação da expectativa de vida, evolução tecnológica e o consumismo desenfreado, tornou-se mais fácil o acesso ao crédito, abrindo possibilidades infinitas para o empreendimento fraudulento e abusivo de financeiras mal-intencionadas.

O Código de Defesa do Consumidor considera a primazia de que tudo que for levado ao conhecimento do consumidor deve ser verdade. Em seu artigo 4º, inciso IV, destaca os princípios da transparência e informação para o consumo, estabelecendo que, os direitos e deveres do consumidor devem ser claros e de fácil entendimento, e no seu art. 36, que a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal, vedando a publicidade simulada.

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

Evento: XX Jornada de Extensão - BOLSISTAS DE GRADUAÇÃO UNIJUI

novo empréstimo.

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

As publicidades enganosas e abusivas são vedadas pelo Código de Defesa do Consumidor e geram danos materiais e morais, pois os empréstimos com cláusulas consideradas abusivas ferem os princípios da função social dos contratos e da boa-fé objetiva, como explica Flávio Tartuce (2014, p. 296):

“As cláusulas são consideradas ilícitas pela presença de um abuso de direito contratual. Além da nulidade absoluta, é possível reconhecer que, presente o dano, as cláusulas abusivas podem gerar o dever de reparar, ou seja, a responsabilidade civil do fornecedor ou prestador.”[U1]

O Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 4º, inc. I, e a Constituição Federal no seu art. 5º, XXXIII, prescrevem há todos os consumidores uma situação presumida de vulnerabilidade frente a outra parte da relação de consumo, visando a sua proteção para a redução do desequilíbrio face ao poder monetário e de influência do fornecedor. No caso do consumidor idoso, criança, analfabeto e enfermo essa vulnerabilidade é potencializada, visto que são reconhecidos como hipervulneráveis, adquirindo uma proteção consumerista ainda maior, motivo que obriga os fornecedores a tratá-los de modo diferenciado, amparando a garantia do princípio da dignidade humana àqueles que mais necessitam.

Segundo o Estatuto do Idoso, considera-se idoso toda pessoa com idade igual ou superior a 60 anos. Nas últimas décadas, com o aumento da expectativa de vida e conseqüentemente o aumento de indivíduos idosos, essa parcela da população tem se tornado cada vez mais ativa no cenário de consumo, e estão amparados, pela Constituição Federal e pelas leis nº 10.741/2003 (Estatuto do Idoso) e nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor), que impedem tratamento discriminatório indevido. A idade avançada traz consigo a diminuição ou perda de determinadas aptidões físicas ou intelectuais que tornam o indivíduo mais suscetível a práticas abusivas, principalmente de financeiras más intencionadas que se aproveitam desta situação de fragilidade do consumidor para agirem de forma fraudulenta, necessitando, por isso, de tutela específica e especial, sendo designado a esses consumidores a posição de hipervulneráveis, assim como descreve Káren Bertoncello (2013, p. 90):[U2]

“É que a própria condição humana da pessoa idosa reclama maior proteção no tocante ao processo de formação de vontade a fim de evitar sua exposição às práticas massificadas e, eventualmente, abusivas do mercado de crédito ao consumo”.

Evento: XX Jornada de Extensão - BOLSISTAS DE GRADUAÇÃO UNIJUI

Nos atendimentos efetuados no primeiro semestre de 2019 no Balcão do Consumidor de Ijuí, observa-se que no ranking de fornecedores mais reclamados, em quarto lugar encontra-se uma empresa financeira e em mais de dois terços destes atendimentos os consumidores reclamantes são idosos. As principais reclamações destes consumidores são de publicidade enganosa e abusiva, além de fraudes, omissão de informações quanto à taxa de juros dos empréstimos, contratações indevidas de novos empréstimos após o anterior ser quitado, contratação de inúmeros seguros conjuntamente com o empréstimo sem a ciência inequívoca do consumidor, além de situações de superendividamento, comprometimento de maior parte da renda, que é o benefício previdenciário, em sucessivos empréstimos consignados e pessoais, tornando impossível a subsistência do consumidor em condições dignas. Ainda, muitas vezes o consumidor tenta negociar suas dívidas, tornando ainda mais onerosa a contratação, por sua falta de experiência e entendimento, as financeiras aumentam ainda mais a taxa de juros, diminuindo o valor das parcelas, porém aumentando-as em números.

Os consumidores idosos possuem essa caracterização de hipervulneráveis, sendo resguardados pelo legislador, porém, na prática, as empresas financeiras se aproveitam desta vulnerabilidade, o que torna imprescindível a necessidade uma tutela mais efetiva, principalmente no âmbito do planejamento financeiro e coerção das práticas de publicidades desleais, evitando que contraiam obrigações muito onerosas, como ressalta o Código de Defesa do Consumidor, no inc IV do art 39, que descreve as práticas abusivas: “prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O presente trabalho leva a conclusão que demonstra-se cada vez mais a imprescindibilidade da criação mecanismos de proteção da pessoa hipervulnerável e que assegurem, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, para preservação de sua saúde física e mental e seu aperfeiçoamento moral, intelectual, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade, conforme afirmado no art. 2º do Estatuto do Idoso, pois com o prolongamento da expectativa de vida e o aumento da população idosa nos últimos anos, essa parcela da população necessita de uma tutela estatal mais eficiente, seja por meio de políticas públicas, de legislação que trate especificamente da questão do superendividamento, ou por meio de decisões judiciais que reconheçam essa situação e coíbam esse tipo de prática.

Sendo assim, são necessárias adoções de novas práticas, que criem maior proteção aos idosos e também aptidão de prazos de reflexão, formas do mercado se adaptar ao consumidor idoso e não ao contrário, controlando a liberdade excessiva do mercado. Além da aprovação de projetos de lei que já estão em tramite no legislativo nacional, como o que trata da prevenção do superendividamento, dispoendo expressamente sobre cuidados adicionais que se deve ter em relação ao consumidor idoso, dispoendo sobre o direito de arrependimento da contratação de crédito consignado, em sete dias, sem necessitar declarar o motivo, entre outros direitos.³

Evento: XX Jornada de Extensão - BOLSISTAS DE GRADUAÇÃO UNIJUI

O bem estar do consumidor idoso deve ser regido por práticas que zelem a sua integridade não apenas na esfera patrimonial, mas também em todos os aspectos. É mais que necessário que se dê efetividade ao prescrito no Estatuto do Idoso, especialmente garantindo que o idoso seja respeitado e seja levada em consideração sua peculiar situação de hipervulnerabilidade.

Palavras-chave: Publicidade; superendividamento; idosos; empréstimo.

Keywords: Publicity; over-indebtedness; elderly; loans.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. Crédito consignado ao idoso e “diálogo das fontes”: consequência da coordenação das normas do Direito brasileiro. Revista de Direito do Consumidor. v. 88. São Paulo: Ed. RT. jul.-ago. 2013..

NERILO, Lucíola Fabrete Lopes. As fraudes e abusividades contra o consumidor idoso nos empréstimos consignados e as medidas de proteção que devem ser adotadas para coibi-las. IN: Revista de Direito do Consumidor, Santa Catarina: UNOESC, 2017, vol. 109.

TARTUCE, Flávio. NEVES, Daniel Amorim Assumpção. Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual. Editora Método. São Paulo: 3. Ed. 2014.