

# CONSUMO DE CRÉDITO NO BRASIL: UMA REFLEXÃO SÓCIO-JURÍDICA

## CONSUMO DE CRÉDITO EN EL BRASIL: UNA REFLEXIÓN SOCIAL Y JURÍDICA

Anna Taddei\*

**Resumo:** O crédito foi um dos elementos que contribuiu para o acesso do consumidor aos bens de consumo, proporcionando o desenvolvimento das relações de organização e expansão da produção na era colonial, e da sociedade de consumo. A relação de cordialidade permitiu o acesso ao crédito, uma vez que é uma das características históricas do comércio brasileiro tratar os negócios como relações pessoais, determinando a quem o comerciante poderia conceder o crédito. Juridicamente, a proteção ao consumidor é promovida pelo Estado de acordo com o que preconiza o artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor.

**Palavras-chave:** Crédito; Consumidor; Sociedade de Consumo.

**Resumen:** El crédito fue un de los elementos que contribuyó para el acceso del consumidor a los bienes de consumo, proporcionando el desarrollo de las relaciones de organización y expansión de la producción en la época colonial, y de la sociedad de consumo. La relación de cordialidad permitió el acceso al crédito, una vez que es una de las características históricas del comercio brasileño tratar de los negocios como relaciones personales, determinando a quien el comerciante podría conceder el crédito. Juridicamente, la protección al consumidor es hecha por el Estado de acuerdo con el artículo 5º, XXXII, de la Constitución Federal y la Ley de Defensa del Consumidor.

**Palabras-llave:** Crédito; Consumidor; Sociedad de Consumo.

### 1. Introdução

O crédito é um tema que permite diversos estudos sob pontos de vista diferentes. Uma dessas perspectivas é o estudo do crédito como um dos elementos que contribuiu para o acesso do consumidor a bens de consumo, principalmente, com o desenvolvimento da sociedade de consumo, mais enfaticamente a partir do século XIX. Através do consumo, proporcionado pelo crédito, acredita-se que pode ocorrer a integração do indivíduo à sociedade de consumo. Este ensaio enfoca a contribuição do crédito nas relações de

---

\*Doutora em Sociologia, área Sociologia do Consumo, pela Universidade Federal da Paraíba. Mestre em Ciências Jurídicas, área de concentração em Direito Econômico, pela Universidade Federal da Paraíba. Professora do Curso de Direito do Centro Universitário de João Pessoa – Paraíba. Coordenadora de Pesquisa intitulada *A proteção do consumidor de crédito consignado como um princípio fundamental assecuratório da dignidade e desenvolvimento econômico do cidadão*, desenvolvida no Centro Universitário de João Pessoa. Advogada.

organização e expansão da produção na era colonial, apresentando os aspectos histórico-sociais do crédito no Brasil. E finalmente abordar-se-á a questão da proteção jurídica do consumidor brasileiro.

No Brasil a proteção ao consumidor é promovida pelo Estado de acordo com o que preconiza o artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988. O princípio constitucional de proteção e de defesa do consumidor também está previsto no artigo 170, inciso V, da referida Constituição, que trata dos princípios norteadores da atividade econômica.

Tanto a Constituição Federal de 1988, quanto o Código de Defesa do Consumidor, determinam a Defesa do Consumidor pelo Estado com o objetivo de humanizar as relações de consumo, baseando-se na premissa de que o consumidor é vulnerável diante do fornecedor de produtos e serviços. Deste modo, a Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) traz normas que asseguram o justo equilíbrio e harmonia entre consumidor e fornecedor nas relações de consumo.

## **2. Relação entre consumo moderno e crédito**

Compreende-se que um dos inúmeros fatores que contribuiu para o acesso às novas mercadorias na sociedade de consumo foi o crédito, principalmente, a partir do século XIX. Se antes a finalidade da atividade creditícia caracterizava-se pelo seu uso no incremento das relações entre os comerciantes, o crédito passou a ter destaque nas estratégias dos vendedores em atrair clientes a fim de que adquirissem seus produtos. Isso porque a dinâmica nas relações entre vendedores e consumidores havia apresentado mudanças significativas se se tomar como parâmetro o consumo dos séculos anteriores. Nesse sentido propõe Livia Barbosa (2004, p.18-19 e 27):

Embora permaneçam disputas em torno do “quando” aconteceu a sociedade de consumo, variando este do século XVI até o XVIII, existe, por outro lado, um relativo consenso em que consistiram as mudanças que ocorreram. Algumas delas incidiram sobre a cultura material da época, afetando tanto a quantidade como a modalidade dos itens disponíveis. A partir do século XVI registra-se o aparecimento de todo um conjunto de novas mercadorias no cotidiano dos diversos segmentos sociais, fruto da expansão ocidental para o oriente. (...) Entre tantas mudanças vou me deter em apenas duas. A passagem do consumo familiar para o consumo individual e a transformação do consumo de pátina para o consumo de moda. (...) Lojas de departamentos, como o Bon Marché em Paris e Marble Dry Goods em Nova York, inauguradas em meados do século XIX, foram elementos importantes tanto na disseminação da moda como na democratização do consumo. Elas atiçavam o desejo dos consumidores, fornecendo um mundo de sonhos e impondo uma nova tecnologia do olhar ao apresentar as mercadorias em cenários e ao alcance das mãos

dos consumidores sem a obrigatoriedade da compra. **Simultaneamente, ofereciam meios para o financiamento dos sonhos que suscitavam, como foi o caso do crédito direto ao consumidor** criado por Aristide Boucicaut, dono do Bon Marché. (grifo nosso)

De acordo com Gilles Lipovetsky (2007, p.35) o crédito foi importante instrumento de consumo dos bens que simbolizavam a afluência social, tendo o autor sugerido que o crédito se tornou relevante, principalmente, durante a etapa de desenvolvimento da sociedade de consumo a qual denomina de fase II:

A fase II é aquela em que se esboroam com grande rapidez as antigas resistências culturais às frivolidades da vida material mercantil. Toda a máquina econômica se consagra a isso através da renovação dos produtos, da mudança dos modelos e dos estilos, da moda, do **crédito**, da sedução publicitária. **O crédito é encorajado a fim de comprar as maravilhas da terra da abundância, de realizar desejos sem demora.** (grifo nosso)

Obviamente que o crédito, em si, não é elemento novo nas negociações entre compradores e vendedores, contudo o que se ressalta é a utilização massificada do crédito pelos consumidores se apresentar como elemento propulsor da atividade negocial. Se se analisar as origens do crédito, enquanto instrumento de intermediação financeira, verifica-se que seu uso é validado de modo imprescindível no comércio desde a época dos babilônios na Mesopotâmia, cuja existência concomitante na Grécia e em Roma tinha como representantes, respectivamente, os trapezistas e os argentarii. A atividade creditícia durante a Idade Antiga consistia, em sua grande parte, em adiantamentos de armazéns reais ou religiosos. Por conseguinte, o crédito foi se consolidando como atividade negocial e na Idade Média a expansão dos empréstimos decorreu dos denominados campsores ou cambiatores que, posteriormente, seriam chamados de banqueiros. Contudo, foi na Idade Moderna, com a passagem de simples atendimentos em bancos localizados em guetos à utilização de ágeis cobradores e intermediadores (TADDEI, 2009, p.61-62) que a atividade creditícia passou a ser desenvolvida com o intuito meramente comercial. Para se ter um exemplo da atividade prestamista na Europa durante o período renascentista é sabido que o povo judeu auxiliou na sua expansão enquanto instrumento de intermediação econômica quando, situados em guetos e sentados em bancos (daí a palavra banco para designar atualmente uma instituição financeira) concediam empréstimos sob usura a estrangeiros. Nesse sentido, Niall Ferguson (2009, p.44) esclarece:

Os Medici eram negociantes de moedas estrangeiras: membros da *Arte de Cambio* (a guilda dos Cambistas). Eles se tornaram conhecidos como banqueiros (*banchieri*)

porque, como os judeus de Veneza, negociavam literalmente sentados em bancos atrás de mesas colocadas na rua. O banco Medici original (banca seria uma descrição melhor) se localizava perto do Palazzo Cavalcanti, na esquina da atual Via dia Porta Rossa e a Via dell'Arte della Lana, a uma curta caminhada do principal mercado florentino de lã.

Os judeus somente poderiam conceder empréstimos sob usura a um estrangeiro, uma vez que emprestar sob usura a outro judeu era atitude condenada pelo livro do Deuteronômio do Velho Testamento. Os judeus, portanto, podiam conceder crédito a um cristão, mas nunca a um judeu. Por outro lado, os cristãos não poderiam conceder empréstimo sob usura a qualquer pessoa, haja visto que a concessão de empréstimo eivado de juros era considerada heresia, de acordo com o III Concílio de Latrão ocorrido em 1179 (FERGUSON, 2009). A partir do século XVII os bancos como os que existem atualmente começaram a se delinear, inclusive com a padronização da moeda e com o surgimento de transações financeiras sem a necessidade de que os montantes estivessem materializados, sendo pioneiro nessa padronização o Banco de Câmbio de Amsterdã, no ano de 1609. No entanto, de acordo com Ferguson (2009:51), havia o problema da inexistência de reserva fracionária do negócio bancário que consistia no fato de que “o dinheiro deixado como depósito poderia ser lucrativamente emprestado aos que pediam empréstimo”, problema este resolvido com a criação do Riksbank na Suécia, em 1656, cuja fundação tinha como um dos objetivos a concessão de empréstimos. Nos séculos seguintes as mudanças foram percebidas na organização e na especialização dos serviços bancários. A importância dos bancos, segundo Ferguson (2009, p.54) reside no fato de que “não há dúvida de que a revolução financeira precedeu a revolução industrial”, visto que as atividades de manufatura no século XVIII foram financiadas pelos empréstimos concedidos pelos bancos europeus. Firms começaram a se empenhar no desconto de notas de câmbio, sendo que os bancos trabalhavam em parcerias privadas, através de atendimento a setores específicos da sociedade, como por exemplo, os bancos rurais que atendiam à elite proprietária de terras na Inglaterra. Para se ter ideia o Banco da Inglaterra, no século XIX, com a supressão das leis que restringiam a usura nos negócios bancários, pôde negociar amplamente o crédito a curto prazo.

Por esta razão, a intensificação do uso do crédito pelos consumidores coincide com as transformações ocorridas na sociedade de consumo dos países europeus e dos Estados Unidos. Para alguns autores como, por exemplo, Don Slater (2002) e Lipovetsky (2007), o crédito, naqueles países, teve importante participação na oportunização do consumo dos grupos menos privilegiados. Sugere Slater (2002) que o crédito foi imprescindível para alavancar o consumo de mercadorias, sendo o crédito um dos fatores relacionados ao

consumismo. Slater (2002) destaca que o crédito foi essencial para o *boom* consumista dos anos de 1980 e, nesse contexto, entende-se que o crédito pode ser considerado como capital<sup>1</sup> (e inclusive dinheiro *de plástico* no linguajar popular ao se referir ao cartão de crédito, aspecto que se deve ter alguma reserva conforme se depreenderá do debate acerca do significado do crédito ainda neste Capítulo). Assim sendo, para Slater (2002) o acesso aos bens de consumo se perfaz através de recursos materiais, e não por circunstâncias tradicionais, porque o consumismo, além de vir acompanhado pela expansão do crédito, foi marcado pelo individualismo, imediatismo e a manipulação de signos e significados em lugar das carências e necessidades, afastando-se das identidades sociais básicas. Então, compreende-se que o crédito tem uma função significativa nas estratégias sociais<sup>2</sup>. A exemplo do que sugerem Slater (2002) e Lipovetsky (2007) o crédito foi um importante instrumento para que o acesso aos bens de consumo pudesse se efetivar pelos consumidores. Portanto, com o advento da sociedade de consumo o desenvolvimento das práticas consumeristas teria tido como um de seus elementos propulsores o uso do crédito. Pelo menos é essa a impressão que o tema reserva. A crença consiste em que, mediante o auxílio da expansão creditícia, o consumidor, utilizando-se desse recurso, pôde tornar mais acessível o consumo imediato de bens e serviços.

Por outro lado, sugere Baudrillard (1975) que o crédito consiste, na verdade, em uma estratégia de consumo regulado, instruído e estimulado, mediante a educação dos consumidores através da atividade creditícia, disciplinando as massas para uma ética do cálculo de previsão ao estilo weberiano. Por conseguinte, conclui Baudrillard (1975, p.81):

O crédito desempenha aqui importante papel, embora só parcialmente atue sobre os orçamentos de despesas. A sua concepção é exemplar porque, sob a cor de gratificação e facilidade de acesso à abundância, de mentalidade hedonista e liberta dos velhos tabus da poupança, etc., o crédito constitui um treino socioeconômico à poupança forçada e ao cálculo econômico de gerações de consumidores que de outro modo teriam escapado, na preocupação pela subsistência, à planificação da procura e teriam ficado por explorar enquanto consumptiva. O crédito constitui um processo disciplinar de extorsão da força de trabalho e de multiplicação da produtividade.

Baudrillard (1973) propõe que a sua percepção é de que há uma existência a crédito, ou seja, o consumo como precedente ao ganho do trabalho. Seu ponto de vista é mais bem

---

<sup>1</sup>Segundo Karl Marx (1985, p.165-174) “a circulação de mercadorias é o ponto de partida do capital”. Fazendo uma analogia com o dinheiro o crédito constituir-se-ia em capital porque assumiria a forma mercadoria.

<sup>2</sup>Conforme entendimento de Slater (2002, p.19): “o materialismo não é bom nem mau – é tudo quanto existe. E quando essa situação vigora (...) acabamos não sendo 'razoavelmente materialistas': desligados das identidades sociais básicas e da necessidade física, o consumismo torna-se puro jogo de signos.”

compreendido no capítulo 2<sup>3</sup> de seu livro *O Sistema dos Objetos*. Nesse capítulo o teórico sugere que, em nível publicitário, o crédito é argumento na estratégia do desejo, atuando como qualquer outra qualidade do objeto. Por isso, o contexto psicológico do uso do crédito seria igual ao do uso de qualquer outra mercadoria. Em outras palavras, o teórico quer enfatizar que os objetos também se propõem sob o signo do crédito: “a antecipação do modelo na série torna-se aqui a antecipação do gozo dos objetos no tempo” (1973, p.166), ou seja, o consumo precede ao trabalho. A existência a crédito debatida pelo teórico atesta, nada mais nada menos, a pressão psicológica em ter de haver a sucessão das séries e dos modelos, isto é, a obtenção crescente da novidade, de mercadorias mais atuais, uma vez que os objetos teriam um tempo de validade imposto pela ordem dos signos. Para Baudrillard (1973) o sujeito que tem sua existência a crédito viveria para consumir bens antes mesmo que fosse remunerado pelo seu trabalho. No entanto, segundo o autor, para o consumidor a segurança de que o bem poderia ser considerado de sua propriedade ficaria em condição suspensiva, até que fosse efetivado o pagamento de todas as parcelas.

Por outro lado, de acordo com Bauman (2008) o consumismo consistiria em arranjo social reciclador de vontades, desejos e anseios humanos, constantes e frequentes, sendo o consumismo a força propulsora e operativa da sociedade. Afirma o autor que a capacidade do indivíduo em querer ou desejar se destaca do próprio indivíduo como se fosse uma força externa, colocando os consumidores em constante movimento, ao mesmo tempo em que são estabelecidas estratégias e manipulação de escolhas individuais. Bauman (2010) sugere que se vive uma cultura agorista, ou seja, o consumo é imediato. Inclusive pode-se considerar o próprio crédito como uma mercadoria a ser consumida. Propõe o teórico que a mesma lógica que concerne aos bens produzidos também se consubstancia no crédito. Tanto que afirma que “no que diz respeito à filosofia dos negócios, os empréstimos não são exceção: a oferta de empréstimos deve criar e ampliar a necessidade de empréstimos” (BAUMAN, 2010, p.28). Em sua opinião o crédito tem significativa expansão porque cria dependência, e àqueles que têm pouca renda acabam se rendendo aos empréstimos facilitados. Nesse contexto importa frisar o comentário de Bauman (2010, p.39) “[...] os pobres, despojados dos recursos necessários para responder às seduções dos mercados de consumo, precisam de dinheiro – não dos tipos de serviço oferecidos pelo Estado assistencialista – para se tornarem úteis”. Através

---

<sup>3</sup>Verifica-se que Baudrillard (1973, p.165-166) sugere que os objetos se propõem tanto sob o signo de distinção e livre escolha como também pelo signo do crédito, e do mesmo modo que são oferecidas vantagens para a aquisição de bens também se oferecem facilidades de pagamento desses bens. Destarte, o crédito constitui-se na qualidade de direito do consumidor e se o Estado supre esse direito está suprimindo, por conseguinte, a liberdade. Quanto ao nível da publicidade o crédito passa a ser considerado como estratégia de consumo, ou nas palavras do autor, em estratégia do desejo.

do consumo, proporcionado ou não pelo uso do crédito pelo indivíduo, ocorreria a integração desse indivíduo na sociedade de consumo. Por conseguinte, a atividade creditícia seria a troca de poderes de disposição sobre bens materiais mediante promessa de transferência futura (WEBER, 2000). Pois bem, o crédito caracterizar-se-ia pela confiança, ou seja, o que em latim denomina-se *credo*, isto é, crer, acreditar, que se entregará um bem (dinheiro propriamente dito) a outrem que o utilizará, mas confiando que após determinado prazo, este bem será devolvido ao prestante, com ou sem acréscimo de outros valores decorrentes da aplicação de juros sobre o bem principal (FERGUSON, 2009).

Por outro lado, o crédito pode ser o meio para se alcançar um fim almejado pelo consumidor, mas essa finalidade referente à utilidade do crédito se orientava e ainda se orienta levando em consideração *valores*. A conduta na aquisição do crédito e até mesmo a negativa do uso do crédito poderia e pode ter por fundamento regras morais. Levando essas considerações para o sentido weberiano é possível perceber que o uso do crédito ou a negativa de seu uso, tendo ou não uma finalidade determinada, isto é, pode ser uma conduta pautada em valores, porque por trás da utilização do crédito podem ser observados os aspectos morais dos agentes, assim, é perceptível que sejam verificadas as possíveis associações simbólicas feitas pelo consumidor a partir do crédito.

### **3. Crédito e consumo no Brasil: uma análise sócio-cultural**

Como já dito, um dos fatores que contribuiu para o acesso às novas mercadorias na sociedade de consumo foi o crédito, principalmente, a partir do século XIX. No Brasil, há relatos em que a utilização do crédito consubstanciava-se, em um primeiro momento, no incremento das relações de organização e expansão da produção na era colonial.

De acordo com a explicação de Claudinei Magno Magre Mendes (2007, p.32) são muitos os autores que, ao estudarem o uso do crédito durante esse período, fazem uma confusão entre crédito e usura, uma vez que “na medida em que a historiografia entende que as relações dominantes na colônia eram de natureza pré-capitalista [...]” consistiria nesse aspecto “o motivo desses historiadores em caracterizar a relação entre a produção e o comércio como usura<sup>4</sup>”. Durante aquele período, o crédito foi instrumento de suma importância para a expansão da produção dos senhores de engenho, não revelando um caráter moral e sim econômico de acordo com o jesuíta André João Antonil que, à época, dedicou-se

---

<sup>4</sup>A usura consistiria, especificamente, no empréstimo de dinheiro a juros.

a analisar a relação entre senhores e comerciantes na produção agrícola, destacando a importância do crédito como fator indispensável ao desenvolvimento da economia colonial. Segundo Antonil (apud MENDES, 2007, p. 34-35):

O crédito de um senhor de engenho funda-se na sua verdade, isto é, na pontualidade em guardar as promessas. E, assim como o háo de experimentar fiel os lavradores nos dias que se lhes devem dar para moer a sua cana, e na repartição do açúcar que lhes cabe, os oficiais na paga das soldadas, os que dão a lenha para as fornalhas, madeira para a moenda, tijolo e formas para a casa de purgar, tábuas para encaixar, bois e cavalos para a fábrica, assim também há de acreditar que os mercadores e correspondentes na praça, que lhe deram dinheiro, para comprar peças, cobre, ferro, aço, enxárcias, breu, velas e outras fazendas fiadas.

No entanto, ao contrário de Antonil que percebia na atividade creditícia sua importância econômica, foi a visão moralista do crédito que se fez presente nos relatos de Gregório de Matos, que utilizava o termo usura no sentido de crédito. De acordo com Mendes (2007, p.36) ao se referir a Gregório de Matos:

Se nos autores do período colonial encontramos uma visão positiva do crédito – do empréstimo de dinheiro a juros, considerando-o como um elemento fundamental para a manutenção e expansão da produção, em Gregório de Matos (s.d.) encontramos uma visão moralista, negativa mesmo, do crédito.

Para Mendes a usura no sentido de crédito era condenada, uma vez que o *tirar proveito*, ou seja, beneficiar-se sobre alguém era um comportamento condenável para o poeta. Sua visão moralista em face do crédito não lhe permitia percebê-lo como importante elemento na produção daquele período, importância que assim se estabeleceu porque as relações comerciais no Brasil da era colonial eram tão precárias que o crédito passou a ser um modo de sobrevivência não só dos comerciantes e produtores, mas da população em geral. Segundo Mendes (2007, p.39) “a recusa das relações sociais fundadas no lucro por parte do poeta baiano leva-o, evidentemente, a encarar o crédito de uma maneira negativa, como usura”. O crédito era instrumento de importante valia para os habitantes da Colônia, posto que além de gerar capital para a aquisição de mercadorias fora dos períodos de safra, também permitia que as relações de poder se instaurassem, gerando uma hierarquia entre os comerciantes. Abordam Magnus Roberto de M. Pereira e Joacir Navarro Borges (2010, p.111) que as cobranças judiciais relacionadas às dívidas na vila de Curitiba no século XVIII consistiam no fato de que:

Além da concentração do dinheiro nas mãos de poucos e a consequente escassez de moeda sonante, as sociedades do Antigo Regime eram majoritariamente agrárias e o

calendário de safras e entressafras fazia do crédito um instrumento fundamental para sustentar as demandas materiais cotidianas entremeio aos ciclos agrícolas. **O crédito também desempenhava o papel de mecanismo de subordinação do devedor ao credor, criando ligações pessoais e mercantis fortes e duradouras entre as partes.** (grifo nosso)

Por outro lado, com base nos referidos autores, entende-se que o crédito não consistia apenas no empréstimo de dinheiro, mas também na venda *fiado* de muitos produtos de necessidade básica. Neste sentido:

Diversos bens cobrados em juízo eram de primeira necessidade na vida dos habitantes da vila de Curitiba no século XVIII. Nesta categoria estão incluídos os mantimentos, arroz, feijão, milho, farinha, trigo, peixes e até aguardente, se considerarmos seus múltiplos usos, inclusive medicinais. (PEREIRA; BORGES, 2010, p.110)

É perceptível que o crédito, durante o período colonial, já se apresentava na condição de intermediador que permitia tanto aos comerciantes criarem condições de se manterem economicamente, como também permitia que a população tivesse acessibilidade a diversos bens de primeira necessidade. Há de se ressaltar que mesmo tendo ocorrido essa última hipótese tal evento não se compara à aquisição de mercadorias através do uso massificado do crédito com o advento da sociedade de consumo. Ainda na época colonial, percebe-se que o crédito era usado como estratégia para a manutenção da aparência pessoal:

Além dos bens de maior necessidade, também surgiram nas audiências cobranças de artigos ligados à aparência pessoal, tais como: camisas de olanda, casacas, calções, pares de meias finas, pares de brincos de ouro, pentes e cabeleiras. Embora minoritária, a presença desses bens no rol de cobranças da Justiça Ordinária de Curitiba assinala a importância social que os trajes tinham nas sociedades do Antigo Regime. Além disso, aquela era uma economia de reaproveitamento, na qual o comércio de roupas usadas – inclusive dos falecidos – era muito frequente, pois as roupas representavam um dos bens mais comuns encontrados nos inventários da época. (PEREIRA; BORGES, 2010, p.110-111)

No final do século XIX, a sociedade brasileira estava às voltas com o fim da escravatura e o início de uma intensa imigração de trabalhadores europeus. Jessé Souza (2003, p.3) propõe que, à época da abolição dos escravos, existia um drama social de adaptação dos libertos, uma vez que entregues à própria sorte o liberto era “responsável por si e seus familiares, sem que dispusesse dos meios materiais ou morais para sobreviver numa nascente economia competitiva de tipo capitalista e burguês”. Nesse contexto, a democratização de desejos de consumo não era algo pensado para todos, podendo-se entender que essa *democratização* deve ter existido para uma ínfima parcela da população considerada como

elite.

Durante o final do século XIX apenas uma minoria abastada percorria a Rua do Ouvidor no centro da Cidade do Rio de Janeiro em busca das novas tendências do mercado europeu. Jeffrey Needell (2008), ao tratar do fetichismo consumista e sua ascensão, sugere que, mesmo havendo uma procura do consumidor brasileiro por produtos vindos da Europa, uma vez que o consumo não se baseava em ascensão social, mas em uma busca pela imagem apropriada de um europeu nato, esses consumidores eram os da elite, precipuamente a carioca, sendo que “os retratos do período deixam claro quão atento era o carioca à imagem apropriada”, tendo essa imagem se desenvolvido “de acordo com o calendário parisiense, ainda que para uma pequena parcela da população” (NEEDEL, 2008). Ademais, a maior parte da população brasileira não vivia nos grandes centros urbanos, porque praticamente durante aquele período a sociedade brasileira consistia em ser majoritariamente rural. Então, naquele momento no Brasil, não havia uma existência do crédito ao consumidor conforme os praticados na Europa, tampouco existia o hábito da compra a crédito nos moldes do Bon Marché. Ainda na cidade do Rio de Janeiro, e tendo em vista o fechamento do Banco do Brasil em 1829, a oferta de crédito transformou-se, praticamente, em uma atividade do setor privado que financiava “os agentes econômicos ligados à grande lavoura exportadora” (MÜLLER, 2013, p.17), cuja concessão de crédito era realizada pelas casas comerciais e pelas casas de descontos (ou casas bancárias). Percebe-se que o crédito era visto mais em face do seu valor de uso quando o empréstimo era de dinheiro, mas aplicado nas atividades mercantis e rurais, por isso era mais comum o crédito ser ofertado aos comerciantes e produtores rurais. A Paraíba também presenciou a expansão bancária já no século XIX, com a chegada, principalmente, de companhias e bancos estrangeiros. Diana Soares de Galiza (1993, p.87-88) sugere que “nas últimas décadas do século passado [XIX], a firma de capitalista franceses radicados no Brasil, Cahen Frères & C<sup>a</sup>, quase monopolizou o comércio externo da Paraíba”, e também essa firma dominou o setor bancário paraibano representando firmas estrangeiras que tinham como uma de suas atividades a concessão de crédito para produtores rurais.

Entretanto, com o passar dos anos, o crédito ao consumidor, primeiramente caracterizado pela venda e compra fiado e depois pelas lojas e pelas instituições financeiras, passou a se destacar como importante mecanismo de aquisição de bens. Assim sendo, a massificação do consumo se enquadra na ideia de democratização do crédito ao consumidor. A importância do consumo e do crédito (que muitas vezes tornou aquele possível) vincula-se à própria noção de cidadania e que se perfaz na construção da identidade dos indivíduos. Nesse sentido, Nestor Garcia Canclini (1985, p.15) sugere que “vamos nos afastando da época

em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, depende daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir”. A construção da identidade pode ser consubstanciada através de estratégias de consumo, como se fosse uma medida para se determinar a inclusão que o indivíduo tem na sociedade, por isso, o crédito como mecanismo facilitador dessa integração parece ser a tônica por trás das políticas creditícias ao consumidor. Canclini (1995, p.13) propõe:

Homens e mulheres percebem que muitas das perguntas próprias dos cidadãos – a que lugar pertença e que direitos isso me dá, como posso me informar, quem representa meus interesses – recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que nas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos.

Sugere Bernardo Sorj (2006, p.28) que a realidade do brasileiro enquanto consumidor começou a se delinear a partir dos anos de 1950 quando “o Brasil entrou num processo acelerado de urbanização, mercantilização das relações sociais, mobilidade social e integração no mundo do consumo”, época em que houve, de acordo com o autor, “o desaparecimento dos sistemas tradicionais de autoridade e poder”. É também nesse período que data os primeiros cartões de crédito usados no país<sup>5</sup>. Verifica-se que, apesar desse desenvolvimento econômico-social abordado por Sorj (2006), o acesso ao crédito no Brasil não era tão facilitado, como o é nos dias atuais, pois eram poucos aqueles que possuíam credibilidade para serem detentores do privilégio da concessão creditícia. Assim sendo, tem-se o seguinte comentário de Fernando Nogueira da Costa (2010, p.149):

**Antigamente, a cadeia de “cordialidade” – com relações pessoais de clientela – determinava o crédito pessoal de cada indivíduo.** Originava, então, uma longa tradição histórica brasileira de tratar os negócios como relações pessoais, com o fornecedor do crédito sendo considerado alguém com quem se tem uma **dívida moral**, uma “obrigação pessoal”, em vez de se estabelecer relações monetárias, liquidando as ligações pessoais com a entrega do dinheiro. (grifo nosso)

Essa afirmação, de certo modo, fundamenta o entendimento de que os valores orientavam predominantemente a conduta em relação à atividade creditícia. Por isso, observa-se que aqueles que utilizavam o crédito o faziam porque gozavam de uma situação de prestígio social. Nessa época, aqueles que começavam a ascender socialmente percebiam o significado do crédito como fator distintivo. A obtenção do crédito servia muitas vezes para

---

<sup>5</sup>Em 1954 o empresário Hanus Tauber comprou uma franquia da Diners, e naquele mesmo ano foi lançado no Brasil o cartão Diners Club, passando a ser utilizado no país, primeiramente, como cartão de compra e, posteriormente, como cartão de crédito. Cf. InfoEscola: navegando e aprendendo. História do Cartão de Crédito. Disponível em:<<http://www.infoescola.com/economia/historia-do-cartao-de-credito>>.

posicionar-se socialmente do que, essencialmente, por necessidade econômica. Era na possibilidade de usufruir do crédito pelo valor *confiança* que se manifestava o status, primeiramente pela credibilidade obtida do comerciante e, depois, pela credibilidade dos avalistas, das lojas e das instituições financeiras com o surgimento do crediário. O crédito tinha um significado de diferenciador social por ser questão de status, situação que atualmente transformou-se pela racionalização das relações de consumo mediadas pelo crédito.

Entretanto, muitas das análises sobre o crédito se limitam a verificá-lo mais em termos econômicos e utilitaristas do que em relação aos seus aspectos morais. Por essa razão, o consumo do crédito é averiguado, muitas vezes, pela quantidade e espécies de sua concessão, seja através dos cartões, seja através do empréstimo pessoal. Verificam-se as quantias e o lucro obtido pelas instituições financeiras. Mas só isso. O crédito é examinado como mais um instrumento de política econômica. Desse modo, a análise do crédito por essa perspectiva econômica recai nos seguintes termos:

Até o final da década de 50, a inexistência do crédito ao consumidor não era um grande entrave, pois o setor industrial brasileiro restringia-se, basicamente, aos bens de consumo leves. Com o desenvolvimento do setor de bens de consumo duráveis ao longo do Plano de Metas, a circulação das mercadorias com base na renda corrente começou a ficar cada vez mais difícil, tornando-se necessária a criação de mecanismos de financiamento ao consumidor como forma de impulsionar a demanda pelos produtos dos novos setores. (GREMAUD; et al., 2004, p.154-155)

No entanto, uma análise mais acurada permite perceber que o crédito não é apenas um instrumento de política econômica, posto que se for averiguado na qualidade de objeto, levando-se em consideração sua autonomização em relação ao dinheiro, pode-se verificar a existência de aspectos simbólicos, uma vez que se compreende poder o crédito apresentar diversos sentidos dependendo do contexto socioeconômico. Antes da expansão do crédito ao consumidor na década de 1990, aquele que podia utilizá-lo acreditava que era visto de modo distinto pela sociedade, como se fosse uma condição de status. Não eram todos que tinham acesso, por exemplo, a cartão de crédito, a contas correntes com cheque especial, os tempos eram outros, vivia-se com o que se podia e geralmente o brasileiro recorria à conta poupança para não ter seus rendimentos desvalorizados, tendo em vista as altas taxas inflacionárias.

Para se ter em vista as análises econômicas e utilitaristas a respeito do crédito (o que de modo algum está incorreto, pois é um exame válido dentro de determinado contexto), pode-se dizer que em relação maior acessibilidade ao crédito as mudanças começaram a acontecer expressivamente quando, em 1994, o Plano Real possibilitou um melhor equilíbrio nos preços ao consumidor, enquanto que este percebeu que poderia ter acesso a bens que

antes eram reservados aos grupos privilegiados da sociedade. Entretanto, mesmo com esse início expansionista do crédito, Costa (2010, p.145) afirma que “dessa aventura liberalizante com o impacto da estabilização inflacionária em 1994, a breve bolha de consumo [...] restou um estágio transitório da crise bancária [...]”, gerando certa instabilidade à economia e, para evitar o fracasso do referido plano, medidas de contenção ao consumo foram tomadas, incluindo a restrição do crédito durante os anos de 1995 e 1996 (GREMAUD; et.al, 2004). Assim sendo, foi a partir da década de 1990 que as operações de crédito racionalizaram-se e modernizaram-se e passaram a visar não somente empresários e instituições públicas: as instituições financeiras criaram operações de crédito, denominadas de crédito pessoal, voltadas à pessoa física. Após quase seis anos do começo da expansão do crédito ao consumidor, entre 2000 e 2001, de acordo com a Associação Nacional das Instituições do Mercado Financeiro – ANDIMA, foram concedidos em torno de R\$ 192,7 bilhões em crédito aos brasileiros, e 36% desse total foram concessão de empréstimo pessoal (TADDEI, 2010, p.4).

Possivelmente, na tentativa de impressionar aqueles que podem estar observando o quanto se está podendo gastar, o indivíduo ostenta que possui dinheiro gastando-o no consumo de outros bens, visto que “o único meio prático de impressionar esses observadores não simpatizantes da nossa vida cotidiana é a demonstração ininterrupta da nossa capacidade de pagar” (VEBLEN, 1985, p.57). É a tentativa de manter status na cultura agorista a acumulação de dinheiro é praticamente descartada devido ao gasto com o consumo de bens e serviços. E o crédito serviria como capital indispensável a este comportamento de ostentação. O consumo possibilitado pelo uso do crédito pode-se verificar pela explicação de Costa (2010, p.158):

Essas modalidades de crédito popular [crédito consignado, crédito direto ao consumidor, cartões de crédito, entre outros] são importantes em termos históricos. Se for dada a continuidade necessária, fomentará um **mercado de consumo popular** em nosso país. Em outras palavras, a inclusão bancária significa, historicamente, a conquista do direito por todos os cidadãos brasileiros de inclusão na economia de mercado. A ampliação do mercado interno pode garantir um crescimento econômico sustentado por um longo período. (grifo nosso)

Paralelamente ao aumento do uso do crédito, também ocorreu uma melhoria nos rendimentos dos brasileiros. Nos últimos cinco anos houve uma expansão da Classe Média e, por conseguinte, uma diminuição das Classes E e D, no entanto, essa melhoria na renda não promoveu uma desaceleração do crédito ao consumidor, tanto que em novembro de 2010 foram efetuadas 9,323 milhões de operações com crédito ao consumidor totalizando cerca de

R\$ 24,449 bilhões. A indagação sobre os motivos que levam os consumidores a utilizarem o crédito pessoal deságua no fato de que, possivelmente, haveria a necessidade dos consumidores terem de complementar a renda mensal familiar, uma vez que se afirma que a remuneração do brasileiro não estaria sendo suficiente para que fossem pagos os débitos contraídos mensalmente. Realmente essa é uma questão que se deve analisar, todavia, responder à expansão do crédito com fundamento somente na renda do brasileiro não parece ser a única solução. Essa resposta simplória à questão do endividamento e o consequente uso do crédito colide com os dados da pesquisa intitulada *A Nova Classe Média* elaborada pela Fundação Getúlio Vargas – FGV e divulgada em 2008. Essa pesquisa citou dois parâmetros para tentar alcançar a definição de uma nova classe média: a primeira análise consistia em uma linha subjetiva que enfocou nas atitudes e expectativas das pessoas, ou seja, o desejo ascender socialmente era o dado definidor para encaixar a pessoa em determinada classe social; o segundo parâmetro analisava o potencial de consumo, denominando como Classe Média ou Classe C.

A pesquisa conclui que a Classe C, considerada com a nova classe média, teria tido uma expansão de cerca de 22,8%, durante os anos de 2004 a 2008, em decorrência da aquisição de itens como casa, computador e *crédito*. A pesquisa mostra que a Classe E, durante aquele período, teve uma redução de 39%, ou seja, a pesquisa da FGV demonstra que ocorreu uma mobilidade socioeconômica, tendo o consumidor obtido maiores rendimentos. Portanto, alegar que o uso do crédito é feito apenas porque o consumidor não tem renda suficiente não coincide com o aumento dos rendimentos que a pesquisa da FGV constatou que ocorreu entre 2004 a 2008. A pesquisa conclui que a mobilidade não somente se referiu aos que saíram dos segmentos sociais das Classes D e E, mas daqueles que passaram a pertencer à elite – Classes A e B. Em termos de rendimentos, somente para se ter ideia, de acordo com a pesquisa da Fundação Getúlio Vargas as Classes A e B são consideradas a elite e seus integrantes recebem mais de R\$ 4.591,00 (quatro mil quinhentos e noventa e um reais). No centro do bolo distributivo encontram-se os grupos de rendimento que compõem a Classe C ou Classe Média, cujas rendas estão entre R\$ 1.064,00 (mil e sessenta e quatro reais) e R\$ 4.591,00 (quatro mil quinhentos e noventa e um reais). A Classe D possui rendimento entre R\$ 768,00 (setecentos e sessenta reais) e R\$ 1.064,00 (mil e sessenta e quatro reais). E, por fim, a Classe E tem (ou não tem) renda que varia de R\$ 0,00 a R\$ 768,00 (setecentos e sessenta reais). Sintonizando tais dados fornecidos pela Fundação Getúlio Vargas com as

informações obtidas pela Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF<sup>6</sup> realizada pelos Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, é possível alcançar dados que denotam um caminho de crescimento dos rendimentos dos brasileiros, assim como há a possibilidade de verificar os tipos de despesas de consumo compreendidos por cada faixa de renda.

Portanto, alegar que o aumento das operações de crédito ao consumidor se deve aos rendimentos insuficientes percebidos por muitos brasileiros não pode ser considerada a única resposta possível, porque é conflitante com algumas pesquisas realizadas nos últimos cinco anos. Exemplo disso é a pesquisa realizada, em nível nacional, por Serasa Experian, conforme sítio do Infomoney (2009), no ano de 2009. Os dados obtidos demonstraram quanto à procura por crédito por pessoa física, nos meses de janeiro, abril e junho daquele ano, o grupo com rendimentos de até R\$ 500,00 demandou por crédito, respectivamente, 90,6%, 117,4% e 128,0% de sua renda mensal total, e os que receberam mais de R\$ 10.000,00 demandaram no mês de janeiro 104,7%, no mês de abril 108,3% e no mês de junho 106,9%.

Propõe Bauman (2010) o sistema capitalista visa explorar 'terras virgens'. Em seu livro *Vida a Crédito*, o autor utiliza aquela expressão, dita certa vez por Rosa Luxemburgo, para comparar o capitalismo a um sistema parasitário, que busca se alimentar de organismos

---

<sup>6</sup>Se se fizer uma análise comparativa das despesas de consumo nos anos de 2002/2003 e das despesas de consumo de 2008/2009, com base nos números das Pesquisas de orçamentos familiares – POF's elaboradas pelo IBGE, averiguam-se que ocorreram mudanças nas divisões dos grupos de rendimentos e alterações nos tipos de despesas de consumo dos brasileiros. Na Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2002-2003 foram consideradas dez classes de rendimentos. Os grupos de rendas estavam dispostos da seguinte maneira: renda de até R\$ 400,00 (quatrocentos reais), mais de R\$ 400,00 (quatrocentos reais) a R\$ 600,00 (seiscentos reais), mais de R\$ 600,00 (seiscentos reais) a R\$ 1.000,00 (mil reais), mais de R\$ 1.000,00 (mil reais) a R\$ 1.200,00 (mil e duzentos reais), mais de R\$ 1.200,00 (mil e duzentos reais) a R\$ 1.600,00 (mil e seiscentos reais), mais de R\$ 1.600,00 (mil e seiscentos reais) a R\$ 2.000,00 (dois mil reais), mais de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$ 3.000,00 (três mil reais), mais de R\$ 3.000,00 (três mil reais) a R\$ 4.000,00 (quatro mil reais), mais de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais) a R\$ 6.000,00 (seis mil reais), e, finalmente, mais de R\$ 6.000,00 (seis mil reais). Mesclando essa pesquisa com a da Fundação Getúlio Vargas tem-se o seguinte quadro: a classe E corresponderia ao grupo com rendimento de até R\$ 600,00, enquanto que a classe D referir-se-ia aos grupos com renda entre R\$ 600,00 a 1.000,00. Essa divisão mostra-se mais abrangente quanto à denominada Classe C, que compreenderia rendas de mais de R\$ 1.000,00 até cerca de R\$ 4.000,00. As classes B e A corresponderiam às rendas de mais de R\$ 4.000,00. No entanto, ao verificar a Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2008-2009, percebeu-se que a divisão das classes de rendimento foi realizada de modo distinto, ou seja, são apenas sete grupos de renda, e esta variação apresenta-se de modo diferente do da estabelecida pela POF de 2002-2003. Na Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2008-2009 os grupos de rendas foram dispostos do seguinte modo: renda de até R\$ 830,00 (oitocentos e trinta reais), mais de R\$ 830,00 (oitocentos e trinta reais) a R\$ 1.245,00 (mil duzentos e quarenta e cinco reais), mais de R\$ 1.245,00 (mil duzentos e quarenta e cinco reais) a R\$ 2.490 (dois mil quatrocentos e noventa reais), mais de R\$ 2.490 (dois mil quatrocentos e noventa reais) a R\$ 4.150 (quatro mil cento e cinquenta reais), mais de R\$ 4.150 (quatro mil cento e cinquenta reais) a R\$ 6.225,00 (seis mil duzentos e vinte e cinco reais), mais de R\$ 6.225,00 (seis mil duzentos e vinte e cinco reais) a R\$ 10.375,00 (dez mil trezentos e setenta e cinco reais) e, por fim, R\$ 10.375,00 (dez mil trezentos e setenta e cinco reais). Novamente, na tentativa de sintonizar a pesquisa da Fundação Getúlio Vargas com a pesquisa de 2008-2009 realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística poder-se-ia fazer a divisão dos grupos de rendimentos da seguinte maneira: a classe E corresponderia ao grupo com rendimento de até R\$ 830,00, enquanto que a classe D referir-se-ia aos grupos com renda de R\$ 830,00 a 1.245,00. A Classe C compreenderia rendas de mais de R\$ 1.245,00 até cerca de R\$ 4.150,00. As classes B e A corresponderiam, respectivamente, às rendas de mais de R\$ 4.150,00.

ainda não explorados para que estes lhe forneçam 'alimento'. Cabe, então, refletir se seria este o caso das expressivas quantidades de operações de crédito pessoal e, especificamente, de crédito consignado no Brasil. Porque a concessão de crédito sempre existiu, desde o período colonial, no entanto, foi a partir de 2002 que o crédito consignado (que também já existia) passou a ser concedido com maior ênfase aos aposentados do Instituto Nacional do Seguro Social. É próprio do sistema capitalista procurar novos ambientes para explorar, e, dentro dessa linha poderiam ser os aposentados as 'terras virgens' do sistema capitalista no Brasil. Arelado a isso o entendimento que o consumismo é valorizado e ocupa um lugar central na vida dos indivíduos, então, o empenho em ofertar empréstimo especificamente aos aposentados pode se enquadrar no estilo de vida agorista, próprio da cultura do consumo. Segundo Bauman (2010, p.45) “o objeto das operações de crédito não é só o dinheiro pedido e emprestado, mas o revigoramento da psicologia e do 'estilo de vida de curto prazo’”. Ao se pensar em aposentado, principalmente os da classe baixa, então, cabe transcrever a afirmação de Bauman (2010, p.39) que diz:

(...) os pobres, despojados dos recursos necessários para responder às seduções dos mercados de consumo, precisam de dinheiro – não dos tipos de serviço oferecidos pelo Estado assistencialista – para se tornarem úteis segundo a concepção capitalista de 'utilidade'.

Refletindo sobre as colocações de Bauman (2010, p.28) e pensando no aposentado da classe baixa que quer consumir, todavia não detém meios financeiros suficientes, as instituições financeiras perceberam as 'terras virgens' capazes de serem colonizadas e das quais retirar lucros, laborando na perspectiva do endividamento constante através dos empréstimos pessoais, principalmente os consignados, posto que as necessidades insatisfeitas remetem a mais consumo, uma vez que “no que diz respeito à filosofia dos negócios, os empréstimos não são exceção: a oferta de empréstimos deve criar e ampliar a necessidade de empréstimos”. Para estes últimos cabe o comentário de Bauman: “como poucas drogas, viver a crédito cria dependência” (2010, p.34). Em geral, quer-se manter um padrão de vida e de bens consumidos. Tal padrão de vida não é necessariamente rígido podendo ser flexível. Veblen (1985) sobre o padrão de vida pecuniário afirma que para o indivíduo avançar nos gastos conspícuos é relativamente mais fácil que reduzi-los, uma vez que é difícil abandonar o padrão de vida já estabelecido, uma vez que tal padrão consiste em um hábito adquirido pelo sujeito.

Após a sucinta análise do crédito em termos econômicos e utilitaristas compreende-

se que o uso do crédito por pessoas que têm maiores rendimentos esteja acontecendo porque o crédito não é percebido apenas como instrumento de intermediação econômica, mas também como objeto manipulado simbolicamente. O crédito na qualidade de objeto consumido pode ser usado no sentido de distinção pela credibilidade para as pessoas das classes mais abastadas e nada impede que o mesmo aconteça nas classes com segmentos que recebem menores rendas<sup>7</sup>. Assim sendo, verifica-se que a análise econômico-utilitarista do crédito refere-se aos seus aspectos quantitativos, o impacto na economia, abertura de mercado para fortalecer o consumo, rendimentos, porém nenhuma das pesquisas acima relatadas revela a questão moral que norteia a conduta do consumidor. Existem valores que orientam o comportamento do consumidor e que, no final das contas, são esses valores que podem legitimar o uso do crédito (ou simplesmente o deslegitimar) pelo consumidor.

#### **4. Consumo de crédito no Brasil: os aspectos sócio-jurídicos**

No país a outorga de empréstimos às pessoas físicas é realizada por instituições financeiras devidamente constituídas de acordo com os ditames legais. Uma definição de instituição financeira pode ser encontrada na Lei n.º 4.595, de 31 de dezembro de 1964. Esta lei define instituição financeira como a pessoa jurídica pública ou privada, cuja atividade principal ou acessória seja a coleta, intermediação ou aplicação de recursos e custódia de valores. No âmbito legal, tais instituições compõem o subsistema de intermediação financeira do Sistema Financeiro Nacional. O subsistema de intermediação constitui-se das instituições bancárias e não-bancárias. São objetivos da instituição bancária a captação e operação com depósitos à vista, atividades implementadas pelos bancos comerciais e as caixas econômicas.

Por outro lado, a instituição não-bancária tem por finalidade realizar captação como depósitos em cadernetas de poupança, letras de câmbio de poupança, letras de câmbio, quotas

---

<sup>7</sup>No ano de 2005, a Agência Fitch Ratings elaborou um parecer divulgado pelo Procon do Estado de São Paulo, em que afirmava ser excessiva a margem consignável de 30% da renda líquida, principalmente para os consumidores de crédito com uma renda baixa. Esse parecer tomou por base a então mais recente Pesquisa de Orçamento Familiar feita pela Fundação Getúlio Vargas, sendo que referido documento apontava naquela época que “as despesas de consumo das famílias que ganha[va]m até dois salários mínimos absorv[ia]m 95% da renda, restando apenas 5% para uso livre” (apud TADDEI, 2009, p.76). Os empréstimos consignados são muitas vezes associados com a expressão 'crédito fácil', posto que, como dito anteriormente, no crédito consignado algumas Financeiras afirmam não haver consulta ao SPC e ao Serasa, assim como o consumidor não precisa ter uma conta corrente. Em sendo aposentado basta comprovar ser possuidor do benefício do Instituto Nacional do Seguro Social. Desse modo, parece promissor para as Financeiras ofertarem crédito aos aposentados, principalmente os da classe baixa, que, de certa maneira, muitos deles estão desprovidos de conta corrente, por exemplo. Assim sendo, o crédito consignado torna-se fonte permanente de lucro das instituições financeiras, perpetuando o estar endividado do consumidor. Em média a maioria dos clientes era mulher, ou seja, cerca de 70%, enquanto que 30% eram homens. Desse total 80% eram aposentados do Instituto Nacional do Seguro Social.

de fundos de aplicações em títulos de renda fixa ou variável, concessão de crédito, sendo que tais atividades são realizadas por sociedades de crédito, bancos de desenvolvimento e de investimento, sociedades de financiamento e de investimento, sociedades de crédito imobiliário, e associações de poupança e empréstimo (TADDEI, 2009, p.71). A oferta de crédito ao consumidor pode ser praticada por instituições bancárias, a exemplo do Banco do Brasil S.A. e Caixa Econômica Federal, entre outras públicas ou privadas, ou instituições não-bancárias como, exemplificativamente, a Fininvest S.A. e o Banco Cacique S.A., popularmente conhecidas por Financeiras. Quando se trata de crédito ao consumidor as instituições não-bancárias são as maiores responsáveis por sua disseminação.

Há muitos anos as Financeiras são as que exploram com maior ênfase o crédito consignado aos aposentados do Instituto Nacional do Seguro Social, uma vez que as facilidades de obtenção dos empréstimos pessoais variam da não necessidade de o consumidor possuir conta corrente, bem como a inexistência (conforme declaram referidas instituições) de consultas aos órgãos de proteção ao crédito como o Serviço de Proteção ao Crédito - SPC e o Serasa. Denomina-se de crédito consignado o financiamento que não possui um objetivo específico, pois o destino do dinheiro é dado pelo próprio consumidor. Este se dirige à Financeira munido dos documentos comprobatórios da condição de aposentado do INSS, solicitando um determinado valor. Sobre a quantia pedida haverá a aplicação de juros que, dependendo do prazo, acabam variando.

Cabe ao Estado a proteção ao consumidor. Sugere-se que a defesa do consumidor tem como ponto de partida a Revolução Francesa, ocorrida em 1789, em que os movimentos revolucionários defendiam a idéia de ser o indivíduo livre e criador da nova estrutura do Estado através de regras fundamentais reunidas em documento único, que mais tarde denominar-se-ia de Constituição. Nessa época, o Estado adotou política de abstenção do domínio econômico (VENÂNCIO FILHO, 1998, p. 4), tendo em vista, inclusive, a ideologia liberal, em voga, que propunha a economia sem intervenção estatal e a contemplação das liberdades individuais (SARLET, 2003, p. 49-57). Ainda no século XVIII, sobreveio a Revolução Industrial que proporcionou a divisão do trabalho e a formação de uma classe de trabalhadores. A divisão do trabalho estimulou o consumo. Posteriormente, no século XIX, as insalubres e precárias condições de labor, atreladas aos baixos salários e exploração patronal fizeram eclodir diversos movimentos de reivindicação por melhores condições de trabalho.

Juntamente com as reivindicações laborais os trabalhadores, na condição de consumidores, também pleiteavam que os preços dos bens de consumo fossem mais acessíveis, assim como fosse assegurada a defesa dos consumidores mediante a elaboração de

direitos básicos, uma vez que essa população, de modo geral, carecia de proteção mais efetiva quanto à qualidade dos bens consumidos e de meios de defesa contra eventuais abusos dos fornecedores desses bens. A intervenção estatal nas relações de consumo fortaleceu-se com os movimentos reivindicatórios, a fim de que o Estado propiciasse o bem-estar social e proteção aos menos favorecidos. Os consumidores exigiram o reconhecimento de seus direitos, por se considerarem a parte vulnerável na relação de consumo, vulnerabilidade que seria posteriormente reconhecida. A ordem pública no âmbito econômico não incide em dirigismo a pessoas indeterminadas, mas visa “à proteção de determinados grupos ou classes sociais (...) considerando a debilidade econômica e contratual que caracteriza sua posição perante outros (...)” (SILVA, 2004, p. 9).

O Estado do Bem-Estar Social, o chamado Welfare State, caracteriza-se por uma atitude positiva do ente público, que visa à realização de políticas públicas orientadas no sentido de efetivar o desenvolvimento humanizado da sociedade, assumindo o Estado uma conformação diversa da posição de mero espectador, passando a organizar estruturas capazes de atender aos anseios sociais de obtenção de uma vida digna (MORAES, 1999, p. 192). As grandes mudanças nas relações comerciais e a formação da sociedade de consumo, caracterizada pela produção em massa e modernização dos setores comerciais e industriais, tornaram imprescindível a intervenção estatal com seu poder cogente nas relações consumeristas, com o escopo de tutelar os consumidores (HOLTHAUSEN, 1998, p. 705).

Diante do reconhecimento da situação de vulnerabilidade do consumidor e acompanhando a posição de outros países, a Constituição Federal de 1988 definiu, no artigo 5º, inciso XXXII, como um dos direitos individuais e coletivos que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. O que se quer atingir com a determinação do Direito do Consumidor e sua defesa no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal é a igualdade e a humanização nas relações de consumo, promovendo a proteção, primeiramente, do econômica e tecnicamente mais frágil – o consumidor. Segundo o entendimento de Cláudia Lima Marques “a operação envolvendo crédito é intrínseca e acessória ao consumo, utilizada geralmente como uma técnica complementar e necessária ao consumo” (MARQUES, 2002, p. 430). O contrato bancário envolve coleta, intermediação em moeda nacional ou estrangeira, abarcando diversas operações econômicas, direta ou indiretamente relacionadas à concessão, circulação ou administração do crédito. O banco fornece ao mercado o crédito como produto, ou seja, a instituição financeira dedica-se a captar recursos junto a clientes (operações passivas) para emprestá-los a outros clientes (operações ativas) (FILOMENO, 2004, p. 49-50).

As instituições financeiras, de modo geral, afirmavam que o parágrafo 2º do artigo 3º da Lei 8.078/90 havia feito referência, apenas, aos serviços bancários, não incluindo as operações bancárias. Na verdade, operação bancária constitui-se em espécie do gênero serviço bancário, estando sob a aplicação da legislação consumerista (MARQUES, 2002, p. 444). Não resta dúvida que o Código de Defesa do Consumidor aplica-se aos produtos e serviços de natureza bancária e de crédito, dessarte, os contratos de empréstimo pessoal encontram-se regidos pelas normas de proteção e defesa do consumidor, inclusive porque a aderência a esses empréstimos por meio de contratos de adesão denota a situação de vulnerabilidade do consumidor.

Presume-se que a financeira, como fornecedora, por deter o poderio econômico e técnico do serviço de crédito que fornece, supostamente, pode vir a manipular as informações referentes ao conteúdo contratual em prejuízo dos interesses econômicos dos consumidores. Ou seja, as financeiras acabam por impor os seus interesses sobre os dos consumidores, uma vez que se conjectura que o objetivo precípuo da financeira é lucrar com a aplicação de taxas de juros, devidamente autorizadas pelo Banco Central, sobre o valor solicitado pelo tomador, denominado de saldo devedor, obtendo-se o montante (saldo devedor + juros), que, de modo geral, é restituído à financeira através de prestações pagas ao longo de um determinado número de meses, geralmente de acordo com o tipo de sociedade de crédito e o valor do empréstimo.

Por esta razão, os contratos de empréstimo são espécies de crédito, pelas características que o negócio apresenta, com a presença dos elementos confiança e tempo, cuja taxa de juros aplicada sobre o valor do empréstimo tem de se ater à regulação do Banco Central. No entanto, por ter-se no pólo ativo o sujeito consumidor, então, os contratos de empréstimo pessoal, que, fora as cláusulas que estipulam as taxas de juros e valor tomado emprestado, detêm inúmeras outras, que devem ater-se às normas de proteção ao consumidor dispostas no referido Código e demais leis de cunho consumerista. Além do mais, a oferta dos serviços de crédito, por meio de publicidade, veiculada com possível divulgação equivocada e incompleta, ou até mesmo falsa, a respeito das vantagens do serviço, pode induzir em erro o consumidor que deles se serve, tornando-se imprescindível a tutela estatal protetiva.

Assim sendo, aos contratos de empréstimo pessoal devem ser aplicadas as normas gerais de proteção contratual estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor

---

<sup>8</sup>Código de Defesa do Consumidor: “Art. 3º, § 2º. Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de **crédito** e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.” (grifo nosso)

compreendidas desde o momento da oferta e publicidade (artigos 30 a 38), oferecimento e entrega de produtos ou serviços não solicitados pelos consumidores, (artigos 39 a 41), o dever das fornecedoras em informar ostensivamente acerca das cláusulas contratuais (artigo 46), interpretação das cláusulas de forma mais favorável aos consumidores (artigo 47), a nulidade de cláusulas abusivas (artigo 51), informação dos dados relativos aos contratos de outorga de crédito (artigo 52), bem como aquelas referentes aos direitos básicos dos consumidores (artigo 6º).

## **5. Conclusão**

O crédito, na qualidade de instrumento de intermediação financeira, contribuiu sobremaneira para o desenvolvimento da produção agrícola durante a época colonial no Brasil. Foi nesse período que certas relações de poder se instauraram, gerando tanto uma hierarquia entre os próprios comerciantes como entre o comerciante e o cliente, uma vez que o crédito, nos moldes como ofertado no Brasil daquele período até meados do século XX, permitiu que houvesse uma subordinação pessoal entre credor – comerciante e devedor – consumidor. A relação de cordialidade permitia o acesso ao crédito, uma vez que é uma das características históricas no comércio brasileiro tratar os negócios como se fossem relações pessoais, e desse modo, eram essas relações pessoais que determinavam a quem o comerciante concedia o crédito.

Por outro lado, a concepção de ser a defesa do consumidor um direito econômico fundamental surgiu no século XIX após a ocorrência de movimentos sociais liderados por trabalhadores, na qualidade de consumidores, que reivindicavam a interferência do Estado no âmbito econômico-social para, então, coibir abusos cometidos por fornecedores de bens de consumo, estes detentores dos meios de produção o que lhes dava posição de superioridade na relação de consumo. O Estado brasileiro implementou a defesa do consumidor de acordo com o artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal de 1988, princípio que se encontra refletido no artigo 4º da Lei 8.078/90, tendo por objetivo o atendimento dos interesses econômicos e necessidades dos consumidores, em conformidade com a Política Nacional de Relações de Consumo. A defesa do consumidor disposta na Constituição Federal e no Código de Defesa do Consumidor fixa diretrizes e programas a serem seguidas pelo Estado na implementação de medidas que atendam, precipuamente, às necessidades e aos interesses econômicos dos consumidores, conferindo ao consumidor instrumentos para igualá-lo ao fornecedor na relação de consumo, propiciando a igualdade nos termos do artigo 5º, *caput*, da Carta Magna

de 1988.

## 6. Referências

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1975.

\_\_\_\_\_. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva S.A., 1968.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito: conversas com Citali Rovirosa-Madrado**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

\_\_\_\_\_. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**: Lei n.º 8.078/90.

\_\_\_\_\_. **Constituição Federal de 1988**.

\_\_\_\_\_. **Lei 4.595/1964**.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

COSTA, Fernando Nogueira. Bancos e créditos no Brasil: 1945-2007. In.: **História e economia**: Revista interdisciplinar. Disponível em: <<http://fernandonogueira.files.wordpress.com/2010/01/bancos...>>. Acesso em: 14 maio 2014.

FERGUSON, Niall. **A ascensão do dinheiro: a história financeira do mundo**. São Paulo: Planeta Brasil, 2009.

FILOMENO, José Geraldo Brito; et al. **Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

FUNDAÇÃO Getúlio Vargas. **A Nova classe média**. NERI, Marcelo Cortês. Rio de Janeiro: FGV/IBRE, CPS, 2008.

GALIZA, Diana Soares de. **Modernização sem desenvolvimento na Paraíba: 1890-1930**. Idéia: João Pessoa, 1993.

GREMAUD, Amaury Patrick; et. al. **Economia brasileira contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2004.

HISTÓRIA do cartão de crédito In.: **InfoEscola**: navegando e aprendendo. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/economia/historia-do-cartao-de-credito>>. Acesso em: 14 maio 2014.

HOLTHAUSEN, Fábio Zabet. Aplicação do Código de defesa do consumidor às operações bancárias. **AJURIS**: Revista da Associação dos juizes do Rio Grande do Sul. v. II. Edição especial. Porto Alegre: Diretoria da Revista de Jurisprudência e outros impressos do Tribunal

de Justiça, p. 704-718, mar. 1998.

INFOMONEY. Crédito **crece e preocupa**. São Paulo, 12 set. 2008. [São Paulo] Disponível em:

<<http://web.infomoney.com.br/templates/news/view.asp?codigo=1301904&path=/suasfinancas/orcamento/familia>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. **Demanda por crédito cresce entre consumidores com renda acima de R\$ 10 mil**. São Paulo, 08 jun. 2009. [São Paulo]. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/ultnot/infomoney/2009/06/08/ult4040u19855.jhtm>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. **Previdência**: operações de crédito consignado sobem 2,3% em novembro de 2010. São Paulo, 03 jan. 2011. [São Paulo]. Disponível em: <<http://web.infomoney.com.br>>. Acesso em: 03 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. **Segurados com renda de até um mínimo respondem por 55% dos consignados**, São Paulo, 04 jan. 2011. [São Paulo]. Disponível em: <<http://web.infomoney.com.br>>. Acesso em: 04 jan. 2014.

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de Orçamentos Familiares**. Tabela 1.1.2 - Distribuição da despesa monetária e não-monetária média mensal familiar, por classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar, segundo os tipos de despesa – Brasil: distribuição da despesa monetária e não-monetária média mensal familiar (%). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2002/tab112.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de Orçamentos Familiares**. Tabela 2.1.2 - Distribuição do rendimento monetário e não-monetário médio mensal familiar, por classes de rendimento monetário e não-monetário mensal familiar, segundo a origem do rendimento – Brasil: distribuição do rendimento monetário e não-monetário média mensal familiar (%). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2002/tab112.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de Orçamentos Familiares**. Tabela. 1.1.2 – Distribuição das despesas monetária e não monetária média mensal familiar, por classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar, segundo os tipos de despesa – Brasil – período 2008-2009: distribuição das despesas monetária e não monetária média mensal familiar (%). Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008\\_2009/default.s](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008_2009/default.s)

htm>. Acesso em: 04 abr. 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a necessidade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 4. ed. São Paulo: RT, 2002.

MARX, Karl. **O Capital**: crítica da economia política. Livro Primeiro: o processo de produção do capital, vol. I. São Paulo: DIFEL, 1985.

MENDES, Claudinei Magno Magre. **Crédito e usura na época colonial**: autores coloniais e historiografia. In.: Mirandum, n. 18, Universidade do Porto, pág. 31-48, 2007. Disponível em: <<http://www.hottopos.com>>. Acesso em: 14 maio 2014.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor**: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Síntese, 1999.

MÜLLER, Elisa. **Moedas e bancos no Rio de Janeiro no século XIX**. Disponível em: <[http://www.ie.ufrj.br/eventos/seminarios/pesquisa/moedas\\_e\\_bancos\\_no\\_rio\\_de\\_janeiro\\_no\\_seculo\\_XIX.pdf](http://www.ie.ufrj.br/eventos/seminarios/pesquisa/moedas_e_bancos_no_rio_de_janeiro_no_seculo_XIX.pdf)>. Acesso em: fev.2014.

NEEDEL, Jeffrey. **A ascensão do fetichismo consumista**, 2008 Disponível em: <[http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_08/rbcs08\\_03.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_08/rbcs08_03.htm)>. Acesso em: 14 maio 2014.

PEREIRA, Magnus Roberto de Mello; BORGES, Joacir Navarro. Tudo consiste em dívidas, em crédito e em contas: relações de crédito no Brasil Colônia; Curitiba na primeira metade do século XVIII. In.: **Revista de história**, n. 162, São Paulo, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.revistasusp.sibi.usp/br/pdf/rh/n162/a/5n162.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2014.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais**. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2003.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Cláusulas abusivas no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SORJ, Bernardo. **A nova sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SOUZA, Jessé. (Não) Reconhecimento e subcidadania, ou o que é ser “gente”?. In.: **Lua Nova**: Revista de Cultura e Política, n. 59, São Paulo, 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64452003000200003&I...](http://www.scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452003000200003&I...)>. Acesso em: 23 fev. 2014.

TADDEI, Anna. **Consumidor e crédito no Brasil** (2010), págs. 1-8. Disponível em:<[www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD\\_Virtual\\_27\\_RBA/arquivos/grupos\\_trabalho/gt0](http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_27_RBA/arquivos/grupos_trabalho/gt0)

3/atappb.pdf.2010>. Acesso em 14 maio 2014.

\_\_\_\_\_. **Empréstimo pessoal**: os direitos do consumidor. Recife: Nossa Livraria, 2009.

VEBLEN, Thorstein. **A Alemanha imperial e a revolução industrial**; A teoria da classe ociosa. 2.ed. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

VENÂNCIO FILHO, Alberto. **A intervenção do Estado no domínio econômico**: o direito público econômico no Brasil. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. vol.I. 3.ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2000.