

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC/SP
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM DIREITO CONTRATUAL

CAROLINE BIANCA RACASSO

**A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NAS
CÉDULAS DE CRÉDITO BANCÁRIO**

São Paulo

2015

CAROLINE BIANCA FRACASSO

**A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NAS
CÉDULAS DE CRÉDITO BANCÁRIO**

Projeto de pesquisa apresentado como requisito para aprovação no módulo de Monografia do Curso de Especialização em Direito Contratual da Coordenadoria Geral de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão (COGEAE) da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

São Paulo

2015

Monografia apresentada como requisito necessário para obtenção título de Especialista em Direito Contratual. Qualquer citação atenderá as normas da ética científica.

Caroline Bianca Fracasso

Monografia apresentada em 13/04/2015

Orientadora Profa. Dra. Sandra Ligian Nerling Konrad.

1ª Examinador (a) Prof.(a). Titulação. Nome do Examinador

2ª Examinador (a) Prof.(a). Titulação. Nome do Examinador

Coordenador (a) Prof.(a). Titulação. Nome do Coordenador

Aos meus pais, que não mediram esforços para que eu obtivesse sucesso em meus objetivos e a meu marido pelo apoio incondicional na conclusão deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pela força e determinação nesta empreitada.

Agradeço aos meus pais pelo exemplo de vida, sempre me mostrando que nunca devemos deixar os nossos sonhos de lado. Agradeço ao meu irmão, por ser modelo de dedicação e por toda a ajuda dispensada a mim neste meu caminho. Ainda, agradeço ao meu marido por todo o apoio e incentivo em minha constante busca pelo conhecimento e pela paciência nos momentos de ausência em razão dos trabalhos acadêmicos.

À PUC agradeço pelas portas abertas e por todo o direcionamento para meus estudos. Em especial agradeço à Professora Sandra por me orientar com tanta maestria neste trabalho e no decorrer do curso, e me ajudar em meu crescimento, tanto pessoal, quanto acadêmico e profissional.

Por fim, agradeço, de forma geral e abrangente, a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a realização desse curso.

“Você nunca sabe que resultados virão de sua ação. Mas se você não fizer nada, não existirão resultados”.

(Mahatma Gandhi)

RESUMO

A Cédula de Crédito Bancário (CCB) é utilizada pelas instituições financeiras há tempos, porém somente ganhou força de título executivo com a Medida Provisória 1.925 de 1999, reeditada em 2001. Obteve força legal definitiva somente em 2004 com a sanção da Lei 10.931, e daí passou a ser assiduamente utilizada pelas instituições financeiras em suas operações de crédito. Aqueles que necessitam das operações aludidas, ficam a mercê do condicionamento da emissão de CCB, sob pena da não prestação do serviço que é de exclusividade bancária. Em contrapartida a esta vulnerabilidade deve haver uma proteção jurídica diferenciada aos emitentes da Cédula de Crédito Bancário, que estão em pé de desigualdade com as instituições financeiras. Para a caracterização da figura do consumidor à luz do CDC a doutrina aponta três teorias, que são a finalista, maximalista e finalista aprofundada. Tais teorias são calcadas na vulnerabilidade do consumidor que pode ser fática, técnica, jurídica ou econômica.

Palavras Chave: Cédula. Crédito. Bancário. Código. Defesa. Consumidor. Aplicabilidade. Vulnerabilidade.

ABSTRACT

The bank credit bill has been used by financial institutions for a long time, but only gained force of executive title with Interim Measure 1925/99, reissued in 2001. The bank credit bill only got permanent legal force in 2004 with the sanction of Law 10.931, and then went on to be used assiduously by financial institutions in their credit operations. Those in need of the aforementioned operations are at the mercy of conditioning of issue of the CCB, under penalty of not providing the service that is bank exclusive. In contrast to this vulnerability, there must be legal protection to the issuers of bank credit bills, which are on unequal standing with financial institutions. To characterize the figure of the consumer in light of the Consumer Code, the doctrine identifies three theories, which are finalist, maximalist and in-depth finalist. Such theories are based on consumer vulnerability, which can be factual, technical, legal and economic.

Key words: Note. Credit. Bank. Code. Defense. Consumer. Applicability. Vulnerability.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	CONTRATOS DE CONSUMO	11
2.1	Considerações iniciais	11
2.2	Partes contratantes	14
2.2.1	Fornecedor	15
2.2.2	Consumidor.....	18
2.3	Princípios.....	24
3	CÉDULA DE CRÉDITO BANCÁRIO	29
3.1	Linhas introdutórias.....	29
3.2	Conceito.....	31
3.3	Princípios.....	31
3.4	Características e requisitos	35
3.5	Relevância e funcionalidade da Cédula de Crédito Bancário na atualidade	38
4	APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES ENVOLVENDO CÉDULAS DE CRÉDITO BANCÁRIO	40
5	CONCLUSÃO	47
	REFERÊNCIAS	49

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por escopo verificar a possibilidade concreta e indistinta de aplicação do Código de Defesa do Consumidor às Cédulas de Crédito Bancário, negócio jurídico contratual atualmente muito utilizado nas operações de crédito.

Tal estudo é uma contribuição com a disseminação da informação acerca dos direitos do consumidor, bem como, a aplicação da norma consumerista em uma das diversas relações contratuais existentes.

Haverá três frentes para o presente estudo. A primeira delas é a análise dos elementos essenciais dos contratos de consumo, que, por conseguinte se confundem com os da relação de consumo. Neste mister, a observação se voltará para a figura do fornecedor, os princípios específicos dos contratos de consumo e, o consumidor em todas as suas possibilidades de aferição.

Posteriormente, será evidenciada a tutela jurídica da Cédula de Crédito Bancário na atualidade, a partir da edição da Lei 10.931 de 2004. O objetivo não é exaurir todas as características da CCB, mas sim, trazer alguns delineamentos técnicos que possam demonstrar a sua funcionalidade no direito hodierno.

Por derradeiro, após a constatação dos dois pontos anteriores, a terceira parte deste trabalho de pesquisa se voltará para a possibilidade jurídica de aplicar a legislação consumerista à Cédula de Crédito Bancário, acentuando a Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2591 como tentativa de *lob* das instituições financeiras de não figurarem nas relações consumeristas, assim como a edição da Súmula 297 do STJ que dirimiu boa parte da questão.

Os métodos dedutivo e comparativo serão utilizados neste estudo, e a pesquisa será calcada em obras nacionais e internacionais, além de consulta à jurisprudência dos principais tribunais do país na documentação indireta.

2 CONTRATOS DE CONSUMO

Os contratos que regem as relações de consumo ganham um relevo cada vez maior nas tratativas sociais e, conseqüentemente uma atenção maior por parte dos estudiosos da ciência do direito. Este tratamento especial é necessário em razão do cenário ímpar que existe na relação consumerista.

O contrato é um dos mecanismos jurídicos mais antigos da história da humanidade, utilizado inevitavelmente em todas as civilizações que possuíam certa organização. Ao longo dos tempos o contrato foi cada vez mais utilizado pela sociedade. Com essa gradual evolução muito se laborou na construção científica da estrutura deste instrumento de grande vulto, que é a relação jurídica contratual.¹

O liame contratual que há entre consumidor e fornecedor, na acepção técnica do termo que será evidenciada adiante (v. subitem 2.2., *infra*), requer uma atenção assídua por parte dos operadores do direito, pois as múltiplas transformações sociais avocam institutos jurídicos que acompanhem o seu desenvolvimento, buscando assim a estabilidade das relações cotidianas.

Assim sendo, é imperioso aclarar os delineamentos teóricos do contrato de consumo, para que desta forma, não reste qualquer dúvida em relação ao seu perfeito campo de atuação, sem ampliá-lo ou restringi-lo sem a devida justificação jurídica.

2.1 Considerações iniciais

No direito hodierno há a preocupação de delimitar ao máximo os efeitos do contrato, para que assim as relações sociais mantenham o máximo de segurança possível. Na acepção clássica dos contratos civis, Caio Mário da Silva Pereira traz o seguinte conceito: "[...] o contrato é *um acordo de vontades*,

¹ BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do Consumidor**: Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990). 5. ed. atual. por Eduardo C. B. Bittar. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002, p. 22.

na conformidade da lei, e com a finalidade de adquirir, resguardar, transferir, conservar, modificar ou extinguir direitos”.² (grifo do autor)

Esta acepção clássica dos contratos, antes regida pelo revogado Código Civil de 1916 e agora disposta na Lei Civil de 2002, é tida como o parâmetro-base para a sistematização da relação jurídica contratual. Tal vertente já chegou a perdurar incisivamente em todo e qualquer contrato.³

Todavia, houve um grande avanço social no que concerne ao mercado de consumo que resultou no fato de que os meios tradicionais de regência dos contratos já não fossem mais satisfatórios a todas as relações jurídicas contratuais. Nesse sentido preleciona João Batista de Almeida:

O desequilíbrio nas relações contratuais trouxe como consequência os abusos e lesões patrimoniais de toda a ordem dos consumidores, que não encontravam resposta adequada no sistema até então vigente, mormente em razão da aplicação rigorosa do *pacta sunt servanda*, da falta de tratamento legislativo acerca da modificação e da revisão das cláusulas contratuais desproporcionais ou excessivamente onerosas, da falta de tipificação e sancionamento das cláusulas chamadas abusivas, da ausência de garantia legal e da não-regulamentação da garantia contratual, dentre outros motivos.⁴

O contrato como um dos principais institutos jurídicos deve se adaptar aos anseios sociais. Com o aumento das relações de consumo, deve o direito buscar regulamentar estas novas situações da vida em sociedade. A relação jurídica de consumo traz em seu bojo uma desigualdade em relação às partes contratantes que merece um regramento diferenciado por parte do ordenamento jurídico.⁵

Faz-se necessária uma nova sistemática que possa evitar abusos por parte dos detentores do poderio econômico, fático, técnico ou informacional no contrato. Claudia Lima Marques assevera essa necessidade:

Segundo a nova visão do direito, o contrato não pode mais ser considerado somente como um campo livre e exclusivo para a vontade criadora dos indivíduos. Hoje, a função social do contrato, como instrumento basilar para o movimento das riquezas e para a realização dos legítimos interesses dos indivíduos, exige que o contrato siga um regramento legal rigoroso. A nova teoria contratual

² PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de direito civil: contratos**. 16. ed. rev. e atual. por Regis Fichtner. Rio de Janeiro: Forense, 2012, p. 7, v. 3.

³ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 266-267

⁴ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2003, p. 102.

⁵ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 3. ed. São Paulo: Método, 2014, p. 246.

fornecerá o embasamento teórico para a edição de normas cogentes, que traçarão o novo conceito e os novos limites da autonomia da vontade e da função social.⁶

No direito brasileiro, com o advento da Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990, o chamado Código de Defesa do Consumidor (CDC), positivou uma necessária modificação na ótica dos negócios jurídicos firmados na sociedade: as tratativas entre consumidor e fornecedor. A referida codificação em seu texto não traz o termo “contrato de consumo”, mas sim “relação de consumo”, o que evidencia uma generalidade do legislador para aplicação dos preceitos ali contidos⁷.

A criação do CDC foi um marco revolucionário, pois inovou em uma sistemática contratual há muito paralisada no tempo. Nesse mesmo sentido Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves ensinam:

O contrato rompe suas barreiras iniciais, não tendo limites de incidência. Para tal rompimento, sem dúvidas, contribuem muito os contratos de consumo. Não se pode negar que, na grande maioria das vezes e no mundo contemporâneo vivencia-se a realidade de aplicação do Código de Defesa do Consumidor.⁸

O advento do Código de Defesa do Consumidor possibilitou equalizar a relação entre fornecedor e consumidor. Para tanto, utiliza-se de mecanismos que minorem a relação de hipossuficiência em todos os sentidos, seja econômica ou fática, técnica, científica ou informacional.⁹

Destarte, podemos então conceituar os contratos de consumo como sendo a relação jurídica contratual em que se pressupõe a existência de uma relação de consumo.¹⁰

Contudo, apesar do CDC esmerar-se tanto em trazer uma série de conceitos, infelizmente não prevê uma definição para o que vem a ser a relação de consumo propriamente dita.¹¹ Visando suprir esta lacuna Carlos Alberto Bittar esclarece:

⁶ MARQUES, 2005, p. 267.

⁷ ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Curso de direito do consumidor**. Barueri: Manole, 2006, p. 282.

⁸ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 256.

⁹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Ordinário em Mandado de Segurança n. 27512-BA. Relatora: Ministra Nancy Adrighi. Brasília, 20 de agosto de 2009. **Diário da Justiça Eletrônico**, 23 set. 2009. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200801579190&dt_publicacao=23/09/2009>. Acesso em: 09 fev. 2015.

¹⁰ ANDRADE, 2006, p. 282.

¹¹ LUCCA, Newton de. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Quartier Latin, 2003, p. 98.

Estende-se o Código às relações de consumo, ou seja, às funções de satisfação de necessidades para as quais convergem todas as operações de produção, intermediação e colocação de produtos ou de serviços no mercado a adquirente ou utente final.¹²

Incidirá sobre esta modalidade contratual, uma série de princípios e regras estatuídos pelo Código de Defesa do Consumidor, sendo este um microssistema dos mais avançados no mundo.¹³

É imperioso destacar que o contrato de consumo será classificado como tal, de acordo com a relação jurídica consumerista que o subsidia, isto é, *ex lege*, independente de qualquer manifestação de vontade dos agentes contratantes. É o que preleciona Ronaldo Alves de Andrade:

Evidentemente, para um contrato ser considerado de consumo, não há necessidade de declaração das partes nesse sentido, sendo não menos evidente que o inverso – declaração de que o contrato não é de consumo – não o desqualifica como tal. O que importa na realidade é a essência do negócio jurídico celebrado, ou seja, se encerra ou não uma relação de consumo. Assim, inane de valor jurídico a declaração constante em alguns contratos no sentido de que ‘este contrato não é regido pelo Código de Defesa do Consumidor’. O contrato será ou não de consumo se envolver ou não uma relação de consumo.¹⁴

Cumprido neste momento verificar os elementos essenciais da relação de consumo, que se confundem com os do contrato de consumo, bem como analisar os princípios que regem esta modalidade contratual e a diferenciam das demais existentes no ordenamento jurídico hodierno.

2.2 Partes contratantes

O Código de Defesa do Consumidor inicia suas disposições com a elucidação dos indivíduos que serão abarcados por seus princípios e regras. Fugindo à técnica convencional, o legislador traz de forma explícita os conceitos dos sujeitos da relação de consumo.

Como afirmado anteriormente (v. subitem 2.1 *supra*), as partes do contrato de consumo, identificam-se com os sujeitos da relação de consumo. Isso em razão da relação jurídica contratual de natureza consumerista ser

¹² BITTAR, 2002, p. 23.

¹³ NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2000, p. 560.

¹⁴ ANDRADE, 2006, p. 282.

caracterizada como tal, necessariamente por que há uma relação consumerista que lhe dá substrato.

Nesse passo o CDC elucida como integrantes da relação de consumo o fornecedor (art. 3º) e o consumidor (art. 2º), buscando trazer alguns delineamentos para a sua correta distinção no mundo jurídico. Os sujeitos podem ser tidos como elementos subjetivos da relação jurídica de consumo¹⁵.

2.2.1 Fornecedor

A doutrina não traz uma discussão tão acalorada no que tange ao conceito de fornecedor. Talvez isso se dê em razão da multiplicidade de atividades que este polo da relação de consumo abarca por ser amplamente definido na legislação consumerista¹⁶. O vocábulo fornecedor, para Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves, deve ser observado em sentido amplo, ou seja, engloba tanto o fornecedor de produtos quanto o prestador de serviços.¹⁷

O *caput* do art. 3º do CDC traz em seu bojo a definição de fornecedor:

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestações de serviços.

Ronaldo Alves de Andrade comenta o referido dispositivo:

Como se pode perceber, o conceito legal de fornecedor é bastante amplo e abrange todas as pessoas físicas e jurídicas, com ou sem personalidade jurídica, que de qualquer forma atuem no mercado de consumo, desenvolvendo atividades que vão da produção à comercialização final do produto ou do serviço.¹⁸

A amplitude do conceito é evidente, o legislador, pelo que se percebe, buscou abarcar o maior número de situações possíveis que poderiam caracterizar determinada pessoa física ou jurídica como fornecedor.

As pessoas jurídicas de certo modo, estão arroladas quase que exaustivamente. Rizzato Nunes assevera que:

¹⁵ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 69.

¹⁶ ALMEIDA, 2003, p. 40.

¹⁷ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 69

¹⁸ ANDRADE, 2006, p. 29.

Não há exclusão alguma do tipo de pessoa jurídica, já que o CDC é genérico e busca atingir todo e qualquer modelo. São fornecedores as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no País, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta etc.¹⁹

Apesar do CDC mencionar as pessoas físicas e os entes despersonalizados, sem sombra de dúvida, as pessoas jurídicas são maioria, no que se tange aos fornecedores na acepção jurídica do termo. Entretanto é necessário avaliar os demais requisitos previstos no dispositivo em estudo.²⁰

O Código de Defesa do Consumidor, após trazer uma série de ações que podem ser realizadas pelo fornecedor a título exemplificativo²¹, trata de “produtos ou prestações de serviços”. Ainda que intuitivamente se possa chegar à delimitação destes termos, o legislador consumerista entendeu por bem esclarecê-los no próprio Código. Esta iniciativa é aplaudida por João Batista de Almeida, que elucida:

A definição de que seja fornecedor aliada à explicitação do entendimento do termo *produto* e *serviço* facilita sobretudo a aplicação da lei, pois elimina, na medida do possível, dúvidas que poderiam pairar sobre o correto entendimento do conteúdo de cada termo. Tal medida, inclusive, define bem o alcance da tutela do consumidor, pois permite a clara identificação de quem está abrangido por ela e, por exclusão, quem a ela não se submete. (grifo do autor)²²

A previsão legal do conceito de produtos e serviços está disposta nos §§ 1º e 2º, do art. 3º do CDC, respectivamente:

[...] § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. § 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.

Os produtos e serviços são essencialmente elementos objetivos da relação jurídica de consumo²³, porém estritamente necessários para compreender o grau subjetivo desta espécie de liame jurídico. Neste intento Rizzato Nunes explana:

¹⁹ NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**: com exercícios. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 86

²⁰ NUNES, 2008, p. 86

²¹ BITTAR, 2002, p. 24.

²² ALMEIDA, 2003, p. 41.

²³ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 94.

Esse conceito de produto é universal nos dias atuais e está estreitamente ligado à ideia do bem, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas. É vantajoso seu uso, pois o conceito passa a valer no meio jurídico e já era usado por todos os demais agentes do mercado (econômico, financeiro, de comunicações, etc.).²⁴

Ainda, para o esclarecimento do conceito de serviços, nos valem das lições de João Batista de Almeida:

Dúvida poderia surgir no que tange à prestação de serviços, mas é importante ter sempre em mente que tal prestação será remunerada e não subordinada a vínculo trabalhista. Sendo gratuita, como ocorre p. ex., com atos de camaradagem e os decorrentes de parentesco e vizinhança, os conhecidos *favores*, não será serviço a que a lei empresta tutela.²⁵ (grifo do autor)

Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves fazem um adendo à questão da onerosidade, que deve ser muito bem analisada:

[...] cumpre esclarecer que, apesar de a lei mencionar expressamente a remuneração, dando um caráter oneroso ao negócio, admite-se que o prestador tenha vantagens indiretas, sem que isso prejudique a qualificação da relação consumerista. Como primeiro exemplo, invoca-se o caso do estacionamento gratuito em lojas, *shoppings centers*, supermercados e afins, respondendo a empresa que é beneficiada pelo serviço, que serve como atrativo aos consumidores.²⁶

Até o presente momento evidencia-se que para o enquadramento de fornecedor é necessário o preenchimento dos requisitos até aqui apontados, a saber: a amplitude no que se refere às pessoas que podem ser tidas como fornecedor e; o desenvolvimento de atividades relacionadas à circulação de produtos ou prestação de serviços. Contudo apenas estes requisitos não determinam com precisão um conceito de fornecedor digno de aplicação das regras do CDC.

Leonardo de Medeiros Garcia visualiza no próprio texto legal em análise uma expressão que entrelaça o enquadramento de determinada pessoa no papel de fornecedor. Vejamos:

A chave para se encontrar a figura do fornecedor está na expressão 'desenvolvem atividade'. Ou seja, somente será fornecedor o agente que pratica determinada atividade com habitualidade. Nesse sentido, quando a escola oferece cursos não gratuitos no mercado, por praticar (desenvolver) a atividade de ensino será considerada fornecedor. Agora, quando essa mesma escola resolve vender o veículo que serve para transportar professores, não

²⁴ NUNES, 2008, p. 86

²⁵ ALMEIDA, 2003, p. 41.

²⁶ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 94.

estará atuando com habitualidade, pois não se desenvolve a atividade de compra e venda de veículos. Nesse caso, ainda que se tenha do outro lado uma pessoa física adquirindo o veículo, a escola não será considerada fornecedora, não estabelecendo, portanto uma relação de consumo.²⁷

Não é outro o entendimento de Newton de Lucca, que, entretanto, se atém ao sentido etimológico da palavra “atividade”, prevista no texto legal, em contraposição ao termo “ato”:

O ato, como sabemos, consiste numa *ação isolada* praticada por alguém. Trata-se de algo episódico ou ocasional. Na *atividade*, ao contrário, há uma *sucessão repetida de atos*, praticados de maneira *organizada*, de molde a caracterizar-se numa constante oferta de bens e serviços à coletividade.²⁸ (grifo do autor)

Portanto, reunindo todos os requisitos supramencionados, poderá a pessoa física ou jurídica e até mesmo o ente despersonalizado ser caracterizado como fornecedor e, assim, submetendo-se às regras do CDC na hipótese de relações jurídicas travadas com os consumidores.

2.2.2 Consumidor

De maior calibre são as discussões acerca da caracterização de consumidor. Mais uma vez, em função atípica, o CDC busca conceituar o que vem a ser este polo da relação jurídica em estudo. É o que se pode ler do art. 2º da referida codificação: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” Evidenciam-se no texto legal três requisitos para a delimitação do conceito de consumidor: subjetivo (pessoa física ou jurídica); objetivo (aquisição ou utilização de produtos ou serviços) e; teleológico (o fim pretendido com a aquisição ou utilização do produto ou serviço).²⁹

Percebe-se, sem muito esforço, que as dúvidas costumeiramente surgidas a respeito de ser uma determinada relação jurídica de consumo (ou não) situaram-se, e situam-se, muito mais na caracterização da figura do consumidor, num dos pólos da relação, do que na do fornecedor, no pólo oposto [sic].³⁰

²⁷ GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do Consumidor: Código Comentado e Jurisprudência**. 5. ed. rev., ampl. e atual. pelas Leis 11.785/2008 e 11.800/2008, que alteram os arts. 33 e 54 do CDC. Rio de Janeiro: Impetus, 2009, p. 39-40.

²⁸ LUCCA, 2003, p. 135. E no mesmo sentido: NUNES, 2008, p. 86.

²⁹ GARCIA, 2009, p. 28.

³⁰ LUCCA, 2003, p. 133.

No que se tange ao elemento subjetivo do conceito de consumidor, o CDC é explícito ao mencionar que englobará tanto a pessoa física (ou natural) quanto a jurídica. Quanto à primeira, não existem grandes problemas, bastando que possua os demais elementos característicos, pois a pessoa natural é consumidor por excelência.³¹

Com relação às pessoas jurídicas, a doutrina diverge em alguns pontos, apesar da legislação consumerista prever expressamente a possibilidade destes sujeitos de direito serem enquadrados como consumidores. A divergência consiste em verificar se a pessoa jurídica é ou não vulnerável em relação ao fornecedor de produtos ou prestador de serviços.³² Nessa esteira, Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves, buscam dirimir esta controvérsia:

[...] estando configurados os elementos da relação de consumo, não se cogita qualquer discussão a respeito de tal enquadramento, uma vez que conforme outrora exposto, a *vulnerabilidade é elemento posto da relação de consumo*. Em outras palavras, é irrelevante ser a pessoa jurídica *forte* ou não economicamente, pois tal constatação acaba confundindo a hipossuficiência com a vulnerabilidade.³³ (grifo do autor)

Inclusive a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ) se manifesta neste sentido, admitindo naturalmente a possibilidade da pessoa jurídica ser tida como consumidora na medida em que há a relação de vulnerabilidade:

[...] A jurisprudência consolidada pela 2ª Seção deste STJ entende que, a rigor, a efetiva incidência do CDC a uma relação de consumo está pautada na existência de destinação final fática e econômica do produto ou serviço, isto é, exige-se total desvinculação entre o destino do produto ou serviço consumido e qualquer atividade produtiva desempenhada pelo utente ou adquirente. Entretanto, o próprio STJ tem admitido o temperamento desta regra, com fulcro no art. 4º, I, do CDC, fazendo a lei consumerista incidir sobre situações em que, apesar do produto ou serviço ser adquirido no curso do desenvolvimento de uma atividade empresarial, haja vulnerabilidade de uma parte frente à outra.

- Uma interpretação sistemática e teleológica do CDC aponta para a existência de uma vulnerabilidade presumida do consumidor, inclusive pessoas jurídicas, visto que a imposição de limites à presunção de vulnerabilidade implicaria restrição excessiva, incompatível com o próprio espírito de facilitação da defesa do consumidor e do reconhecimento de sua hipossuficiência, circunstância que não se coaduna com o princípio constitucional de defesa do consumidor, previsto nos arts. 5º, XXXII, e 170, V, da CF.

³¹ ANDRADE, 2006, p. 17.

³² ANDRADE, 2006, p. 21.

³³ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 73.

Em suma, prevalece a regra geral de que a caracterização da condição de consumidor exige destinação final fática e econômica do bem ou serviço, mas a presunção de vulnerabilidade do consumidor dá margem à incidência excepcional do CDC às atividades empresariais, que só serão privadas da proteção da lei consumerista quando comprovada, pelo fornecedor, a não vulnerabilidade do consumidor pessoa jurídica.

- Ao encampar a pessoa jurídica no conceito de consumidor, a intenção do legislador foi conferir proteção à empresa nas hipóteses em que, participando de uma relação jurídica na qualidade de consumidora, sua condição ordinária de fornecedora não lhe proporcione uma posição de igualdade frente à parte contrária. Em outras palavras, a pessoa jurídica deve contar com o mesmo grau de vulnerabilidade que qualquer pessoa comum se encontraria ao celebrar aquele negócio, de sorte a manter o equilíbrio da relação de consumo.³⁴

Desta forma, não é óbice para a caracterização de consumidor a situação econômica da pessoa jurídica, pois a vulnerabilidade pode ser de diversas ordens que não econômica. Para Leonardo Garcia a vulnerabilidade pode ser além de econômica, técnica, jurídica ou informacional³⁵ Mario Tocci, preleciona que não deve haver diferenciação entre pessoa física ou jurídica para a definição de consumidor, o que interessa é o preenchimento dos requisitos legais:

E então, em resumo, os consumidores são todos os indivíduos indistintamente que interagem com os outros, que detêm o conhecimento das causas, por força de lei, submetendo-se às condições e situações ditadas unilateralmente definidas por eles.³⁶ (tradução nossa).

O elemento subjetivo do conceito de consumidor (adquire ou utiliza produto ou serviço), muito se assemelha ao que foi dito quando se caracterizou fornecedor (v. subitem 2.2.1, *supra*). A diferença consiste no fato de que o consumidor ao invés de colocar em circulação o produto ou prestar o serviço estará utilizando estes ou adquirindo aqueles para si.³⁷

A expressão “destinatário final” do art. 2º do CDC se traduz como o elemento teleológico da caracterização de consumidor. Em torno desta

³⁴ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Ordinário em Mandado de Segurança n. 27512-BA. Relatora: Ministra Nancy Adrighi. Brasília, 20 de agosto de 2009. **Diário da Justiça Eletrônico**, 23 set. 2009. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200801579190&dt_publicacao=23/09/2009>. Acesso em: 10 fev. de 2015.

³⁵ GARCIA, 2009, p. 35.

³⁶ TOCCI, Mario. Il concetto di consumatore nella legislazione, nella giurisprudenza e nella dottrina. **Diritto & Diritti**, marzo 2004. Disponível em: <http://www.diritto.it/osservatori/diritto_italiano_dei_consumatori/posizione/pos_dottrina_01.html>. Acesso em: 10 fev. 2015.

³⁷ GARCIA, 2009, p. 34-35.

expressão existem algumas teorias que visam delimitar a abrangência da referida codificação.

A primeira teoria apontada pela doutrina é a finalista, sendo que para muitos é a que se adotou expressamente com o advento do Código de Defesa do Consumidor³⁸. Vale lembrar o ensinamento de Cláudia Lima Marques a respeito desta teoria:

Para os finalistas, pioneiros do consumerismo, a definição de consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Esta tutela só existe porque o consumidor é a parte vulnerável nas relações contratuais de mercado, como afirma o art. 4º, inciso I. Logo, convém delimitar claramente quem merece esta tutela e quem não a necessita, quem é o consumidor e quem não é. Propõem, então, que se interprete a expressão 'destinatário final' do art. 2º de maneira restrita como requerem os princípios do CDC, expostos nos arts. 4º e 6º.³⁹

Esta teoria traz em seu bojo uma concepção interessante acerca do enquadramento do consumidor em relação à destinação final que é dada ao produto ou serviço adquirido. Sobre este ponto em especial, mais uma vez, afirma Cláudia Lima Marques:

Destinatário final é aquele *destinatário fático e econômico* do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação *teleológica*, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção e levá-lo para o escritório ou residência: é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu. Neste caso, não haveria a exigida 'destinação final' do produto ou do serviço.⁴⁰ (grifo do autor)

Nesse sentido elucidam Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves de maneira simplificada:

[...] Destinação final fática – o consumidor é o último da cadeia de consumo, ou seja, depois dele, não há ninguém na transmissão do produto ou serviço [...]. Destinação final econômica – o consumidor não utiliza o produto ou o serviço para o lucro, repasse ou transmissão onerosa.⁴¹

Assim sendo, o sujeito contratante deverá reunir estas duas características para ser enquadrado no polo mais fraco da relação consumerista. Não poderá o consumidor utilizar os produtos ou serviços

³⁸ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 75. E entre outros: GARCIA, 2009, p. 29.

³⁹ MARQUES, 2005, p. 303-304.

⁴⁰ MARQUES, 2005, p. 304.

⁴¹ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 76.

adquiridos com qualquer espécie de finalidade empresarial, seja direta ou indiretamente.⁴²

Para os finalistas, qualquer emprego do produto ou serviço em outra atividade empresarial descaracterizará a figura do consumidor e as partes passarão a ter suas relações jurídicas regidas pelo Código Civil.

Há de se destacar o pensamento de João Batista de Almeida que faz alusão à possibilidade de mitigação desta teoria:

Existe a possibilidade de concentrarem-se numa mesma pessoa ambas as figuras, quando há em parte consumo intermediário e consumo final. É o caso p. ex., das montadoras de automóveis, que adquirem produtos para a montagem e revenda (autopeças) ao mesmo tempo em que adquirem produtos ou serviços para o consumo final (material de escritório, alimentação). O *destino final* é, pois a nota tipificadora do consumidor.⁴³ (grifo do autor)

A relação jurídica deve ser observada de forma singular, pois, para o finalismo, não se deve observar a figura do consumidor pelas qualidades intrínsecas do agente, mas sim pelo uso final que é dado ao produto ou serviço adquirido.⁴⁴

Em contraposição à primeira teoria, surge uma outra, conhecida como “maximalista”, que visa ampliar a figura do consumidor no atual direito brasileiro. Para os partidários desta corrente, consumidor seria apenas o destinatário final fático⁴⁵, ou seja, último indivíduo da cadeia de produção. A destinação final em sentido econômico não tem relevância para vir a caracterizar o consumidor.

Cláudia Lima Marques nesse sentido elucida:

Já os maximalistas veem nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor não-profissional. O CDC seria um Código geral sobre o consumo, um Código para a sociedade de consumo, que institui normas e princípios para os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores. A definição do art. 2º, deve ser interpretada o mais extensamente possível, segundo esta corrente,

⁴² BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Conflito de Competência n. 92.519/SP. Relator: Ministro Fernando Gonçalves. Brasília, 16 de fevereiro de 2009. **Diário da Justiça Eletrônico**, 04 mar. 2009. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200702907974&dt_publicacao=04/03/2009>

⁴³ ALMEIDA, 2003, p. 38.

⁴⁴ MARQUES, 2005, p. 304.

⁴⁵ GARCIA, 2009, p. 29.

para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relações no mercado.⁴⁶

Com a adoção da teoria maximalista, o conceito de consumidor seria visto da forma mais ampla possível, e assim pouco importando o *animus* do contratante em utilizar os produtos ou serviços adquiridos. Destinatário final é visto como destinatário fático exclusivamente.⁴⁷

Este entendimento da supramencionada teoria, é explanado por Cláudia Lima Marques, vejamos:

Destinatário final seria o *destinatário fático* do produto, aquele que o retira do mercado e o utiliza, o consome, por exemplo, a fábrica de toalhas que compra algodão para transformar, a fábrica de celulose que compra carros para o transporte de visitantes, o advogado que compra uma máquina de escrever para o seu escritório, ou mesmo o Estado quando adquire canetas para o uso nas repartições e, claro, a dona de casa que adquire produtos alimentícios.⁴⁸ (grifo do autor)

Ainda há quem mencione uma teoria intermediária entre o finalismo e o maximalismo, chamada teoria finalista aprofundada, tendo como principal expoente Claudia Lima Marques. Senão vejamos:

É uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada. Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumo para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista, principalmente na área de serviços, provada a vulnerabilidade, conclui-se pela destinação final de consumo prevalente. Essa nova linha, em especial do STJ, tem utilizado, sob o critério finalista e subjetivo, expressamente a equiparação do art. 29 do CDC, em se tratando de pessoa jurídica que comprove ser vulnerável e atue fora do âmbito de sua especialidade, como hotel que compra gás. Isso porque o CDC conhece outras definições de consumidor. O conceito-chave aqui é o de vulnerabilidade.⁴⁹

Esta concepção é calcada no advento do Código Civil de 2002 em consonância com a interpretação do conceito de vulnerabilidade que é disposto no art. 4º, I do CDC. Em razão do nascimento de uma multiplicidade de relações sociais este conceito deve ser observado de forma ampla.⁵⁰

Leonardo de Medeiros Garcia, calcado na doutrina de Cláudia Lima Marques, assevera que existem quatro espécies de vulnerabilidade, podendo

⁴⁶ MARQUES, 2005, p. 305.

⁴⁷ GARCIA, 2009, p. 31.

⁴⁸ MARQUES, 2005, p. 305.

⁴⁹ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V; BESSA, Leonardo Roscoe.

Manual de Direito do Consumidor. 3. ed. São Paulo: RT, 2010, p. 87.

⁵⁰ MARQUES, 2005, p. 310.

ser técnica, jurídica, fática e informacional. Respectivamente as explica o referido autor:

Resumidamente, a vulnerabilidade técnica seria aquela na qual o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o produto ou o serviço, podendo, portanto, ser mais facilmente iludido no momento da contratação.

A vulnerabilidade jurídica seria a própria falta de conhecimentos jurídicos ou de outros pertinentes à relação, como contabilidade, matemática financeira e economia.

Já a vulnerabilidade fática é a vulnerabilidade real diante do parceiro contratual, seja em decorrência do grande poderio econômico deste último, seja pela sua posição no monopólio, ou em razão da essencialidade do serviço que presta, impondo, numa relação contratual, uma posição de superioridade [...].

Algumas informações não podem deixar de acompanhar a relação de consumo, seja sendo prestada de forma clara e precisa pelo fornecedor diariamente ao consumidor, seja acompanhando o produto nas embalagens. [Esse déficit de informações constitui a vulnerabilidade informacional].⁵¹

A teoria finalista aprofundada em consonância com um abrangente conceito de vulnerabilidade, proporciona uma ideal aplicação do Código do Consumidor, na medida em que possibilita proteger a relação de consumo em sua real amplitude.⁵²

2.3 Princípios

A relação jurídica contratual de consumo, como devidamente evidenciado no subitem 2.1 *supra*, possui uma natureza diferenciada, portanto, deve possuir um regramento jurídico especializado.

Algumas normas do Código de Defesa do Consumidor, que é a principal regra que baliza a relação de consumo, são tidas como princípios apontados pela doutrina como parte integrante do regramento jurídico dos contratos de consumo. Não obstante, existam as normas de direito comum aos contratos, serão aqui abordados os princípios especiais dos contratos consumeristas.⁵³

O princípio da conservação é o primeiro parâmetro que pode ser apontado como inerente aos contratos de consumo. Trata-se do mandamento do art. 6º, V, do CDC. Rizzato Nunes, sobre o referido mandamento normativo

⁵¹ GARCIA, 2009, p. 32-34.

⁵² GARCIA, 2009, p. 32-34.

⁵³ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 28.

preleciona que “as garantias instituídas no inciso V do art. 6º, trazem implícito o princípio da conservação do contrato de consumo”⁵⁴.

Como escopo fulcral, este princípio busca a manutenção dos contratos de consumo, equilibrando-os equitativamente ao invés de simplesmente extingui-los. É o que o determina o art. 6º do CDC: “Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] V - A modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais, ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas”.

Salientando essa peculiaridade dos contratos consumeristas, Leonardo de Medeiros Garcia preleciona:

[...] o CDC, em decorrência do princípio da conservação dos contratos de consumo, permite a revisão por onerosidade excessiva e não a resolução, pois o consumidor tem o direito de continuar com o contrato. Já o CC permite, prioritariamente, a resolução em detrimento da revisão. A revisão somente ocorrerá, de acordo com o art. 479 do CC, se houver vontade do credor. A revisão do CDC é direito do consumidor e deverá ser promovida pelo juiz, independente da vontade do fornecedor.⁵⁵

Nesta seara, quando o contrato consumerista se tornar excessivamente oneroso, poderá o consumidor optar pela manutenção do contrato com as devidas alterações que devam ser realizadas para a manutenção deste. Não há necessidade da anuência do fornecedor, sendo o juiz aquele que equitativamente decidirá acerca da revisão contratual.⁵⁶

O princípio da boa fé hoje norteia todas as relações jurídicas, sendo praticamente universal, e constante dos mais importantes sistemas legislativos ocidentais.⁵⁷ A boa fé subjetiva, conhecida também por concepção psicológica da boa-fé, traduz-se na crença, daquele que manifesta a sua vontade, de que sua atitude é correta.⁵⁸ Sendo assim, aplicável a todas as relações contratuais, inclusive as de consumo.

⁵⁴ NUNES, 2008, p. 594.

⁵⁵ GARCIA, 2009, p. 88.

⁵⁶ GARCIA, 2009, p. 87-88.

⁵⁷ VILELA GUGLINSKI, Vitor. O princípio da boa-fé como ponto de equilíbrio nas relações de consumo. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIV, n. 92, set. 2011. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10223>. Acesso em: 10 mar. 2015.

⁵⁸ FRANCISCHINI, Nadialice. Sistema de Princípios das Relações de Consumo. **Revista Direito**, 09 de julho de 2012. Disponível em: <<http://revistadireito.com/sistema-de-principios-das-relacoes-de-consumo/>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

A boa-fé objetiva além de ser um princípio geral do direito contratual, possui um desdobramento específico no âmbito do direito do consumidor. Esse mandamento normativo específico é explanado por Rizzato Nunes da seguinte forma:

[...] a boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida *grosso modo*, como uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme os parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. Não o equilíbrio econômico, como pretendem alguns, mas o equilíbrio das posições contratuais, uma vez que, dentro do complexo de direitos e deveres das partes, em matéria de consumo, como regra, há um desequilíbrio de forças.⁵⁹ (grifo do autor)

A boa-fé objetiva deve permear toda a relação jurídica contratual de consumo em todas as suas fases⁶⁰. Sua força é vinculativa, como se pode evidenciar da leitura do art. 4º, III em consonância com os arts. 48 e 84 do CDC. Seus referidos dispositivos aludem que ela deve ser devidamente observada nos contratos de consumo, atrelada à execução específica com eventual indenização por perdas e danos.⁶¹

A boa-fé objetiva, não obstante a sua função vinculativa, também serve como parâmetro de interpretação do magistrado em uma eventual contenda entre consumidor e fornecedor:

A função interpretativa da boa-fé, a mais utilizada pela jurisprudência, serve de orientação para o juiz, devendo este sempre prestigiar diante de convenções e contratos, a teoria da confiança, segundo a qual as partes agem com lealdade na busca do adimplemento contratual.⁶²

Na utilização deste princípio, o magistrado deve ter muita cautela, pois tem de analisar o contrato como uma unidade. Não pode o juiz, se ater tão somente a uma parcela da relação jurídica contratual, pois sua visão na postura de órgão julgante deve se voltar para ambas as partes⁶³, isto 'para chegar a um equilíbrio real, somente com a análise global do contrato, de uma

⁵⁹ NUNES, 2008, p. 598.

⁶⁰ MONSALVE-CABALLERO, Vladimir; RODADO-BARRETO, Diana Paola. La integración de la buena fe objetiva en la etapa de formación de los contratos de consumo. **Instituto de Investigaciones Jurídicas**, 02 de agosto de 2010. Disponível em: <<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/vniver/cont/122/cnt/cnt16.pdf>>. Acesso em: 09 fev. 2015.

⁶¹ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 271.

⁶² GARCIA, 2009, p. 62.

⁶³ ANDRADE, 2006, p. 287.

cláusula em relação às demais, pois o que pode ser abusivo ou exagerado para um não o será para outro”.⁶⁴

Não se pode olvidar, entretanto, da relação díspar que há entre consumidor e fornecedor. Em homenagem a este desequilíbrio a doutrina aponta o princípio da hipossuficiência ou protecionismo⁶⁵ do consumidor como norteador dos contratos de consumo.

Evidentemente, o consumidor será vulnerável em algum aspecto na relação de consumo, e, portanto, estará em situação desprivilegiada em referência ao fornecedor⁶⁶. Aqui nos valemos do conceito de vulnerabilidade anteriormente exposto (v. subitem 2.2.2 *supra*), que pode ser técnica, jurídica, informacional ou econômica.

A observância deste princípio, inevitavelmente levará à aplicação de medidas que visem equiparar as partes contratantes na relação jurídica de consumo, ou seja, no contrato consumerista. Neste sentido, explica Ronaldo Alves de Andrade:

Evidentemente que, por ser o consumidor a parte hipossuficiente, o legislador viu-se obrigado a dotá-la de alguns privilégios nessa relação, a fim de equilibrá-la, instituindo uma norma de discriminação positiva. Reconheceu-se expressamente a desigualdade entre o fornecedor, detentor da tecnologia do sistema produtivo e de prestação de serviço, e o consumidor, economicamente frágil e desconhecedor do sistema produtivo, sendo evidentemente, a parte mais frágil no contrato de consumo, como de resto em qualquer relação de consumo.⁶⁷

Os artigos 4º, I, e 6º, VIII, do CDC, tratam de positivar o princípio da hipossuficiência nas relações que envolvam consumidor e fornecedor. E assim, protegem-no independentemente da espécie de vulnerabilidade que este tenha em relação ao fornecedor.⁶⁸

Por consequência, não podemos deixar de apontar o princípio da transparência⁶⁹ ou informação.⁷⁰ Claudia Lima Marques, afirma que:

Na formação dos contratos entre consumidores e fornecedores, o novo princípio básico norteador é aquele instituído pelo art. 4º, *caput*, do CDC, o da *transparência*. A ideia central é possibilitar uma aproximação e uma relação contratual mais sincera e menos danosa

⁶⁴ NUNES, 2008, p. 598.

⁶⁵ NUNES, 2008, p. 605.

⁶⁶ NUNES, 2008, p. 602-603.

⁶⁷ ANDRADE, 2006, p. 283.

⁶⁸ GARCIA, 2009, p. 68.

⁶⁹ MARQUES, 2005, p. 714.

⁷⁰ ANDRADE, 2006, p. 292-293.

entre consumidor e fornecedor. Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo.⁷¹ (grifo do autor)

Deste modo, em todas as fases do contrato deve haver a mais clara informação ao consumidor, a respeito de todos os aspectos da relação de consumo, como se pode ler do art. 4º, IV, bem como do art. 6º, II, do CDC. A devida aplicação do referido princípio constitui direito fundamental do consumidor⁷².

Alguns autores distinguem o dever de informar e o princípio da transparência⁷³. Tal doutrina afirma que aquele consiste na prestação de informações ao longo do contrato, e este, em “*strictu sensu*”, tão somente na prestação de informações na fase pré-contratual, em oferta ou publicidade.⁷⁴

Desta forma, compreende-se que o direito à informação deve ser devidamente efetivado, sob pena de não obrigar o consumidor (art. 46 do CDC), ou dar legitimidade para que este pleiteie em juízo as informações que lhe são de direito.⁷⁵

Nesse sentido Maria Àngeles Zurrila Carinaña afirma que:

A obrigação de comunicação se baseia em um equilíbrio de conhecimento entre as partes. Portanto, a informação é o principal instrumento à disposição dos consumidores contra as técnicas agressivas de comércio moderno.⁷⁶ (tradução nossa)

Por derradeiro, também com fundamento no supracitado art. 46, Flávio Tartuce aponta o princípio da função social do contrato como basilar aos contratos de consumo. Vejamos:

O contrato não pode ser mais concebido como uma *bolha* que envolve as partes, ou uma *corrente* que as aprisiona. Trazendo um sentido de *libertação negocial*, a função social dos contratos funciona como uma *agulha*, forte e contundente, que fura a bolha; como uma

⁷¹ MARQUES, 2005, p. 714-715.

⁷² GARCIA, 2009, p. 68.

⁷³ NUNES, 2008, p. 602.

⁷⁴ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 40. E no mesmo sentido: GARCIA, 2009, p. 72-73.

⁷⁵ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 418572/SP. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Brasília, 10 de março de 2009. **Diário da Justiça Eletrônico**, 30 mar. 2009. Disponível em:

<https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200200255150&dt_publicacao=30/03/2009>. Acesso em: 10 fev. 2015

⁷⁶ CARINAÑA. María Àngeles Zurrila. El derecho de información del consumidor en los contratos con consumidores y usuarios. **UCLM – Universidad de Castilla-La Mancha**, 2005. Disponível em: <<https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/comentarios/8.pdf>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

*chave que abre as correntes. [...] Existe no art. 46 do CDC um ponto de simbiose entre o princípio da boa-fé objetiva e a função social do contrato, a mitigar a força obrigatória da convenção. Isso porque o desrespeito ao dever de informar com clareza gera como consequência a interpretação do pacto de acordo com a realidade social, afastando aquilo que aparentemente foi convencionado entre as partes.*⁷⁷ (grifo do autor)

O princípio da função social dá unidade aos demais princípios da relação jurídica contratual de consumo, harmonizando-os em consonância com o microsistema do Direito do Consumidor⁷⁸.

Flávio Tartuce e Daniel Amorim Neves asseveram que:

[...] o Código de Defesa do Consumidor traz como princípio fundamental, embora implícito, a função social dos contratos, conceito básico para a própria concepção do negócio de consumo. O objetivo principal da função social dos contratos é tentar equilibrar uma situação que sempre foi díspar, em que o consumidor sempre foi vítima das abusividades de outra parte da relação de consumo.⁷⁹

Delineados os principais pontos acerca dos contratos no CDC, passamos ao estudo da Cédula de Crédito Bancário, título de crédito, em que se verificará uma possível aplicação da legislação consumerista.

3 CÉDULA DE CRÉDITO BANCÁRIO

A Cédula de Crédito Bancário é um título de crédito utilizado corriqueiramente nas operações de natureza bancária. Atualmente encontra-se prevista na Lei n. 10.931 de 02 de agosto de 2004 e possui diretivas próprias que não podem deixar de ser apreciadas na utilização deste valioso instituto jurídico.

Nesta seara, o intuito é trazer as principais características deste título de crédito, bem como o seu campo de atuação no ordenamento jurídico brasileiro.

3.1 Linhas introdutórias

A Cédula de Crédito Bancário é utilizada há muito nas relações entre bancos e seus clientes, principalmente no que concerne aos contratos de empréstimo. Entretanto, o nível de inadimplência paulatinamente aumentou,

⁷⁷ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 271.

⁷⁸ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 46.

⁷⁹ TARTUCE; NEVES, 2014, p. 46.

fazendo com que as instituições financeiras necessitassem de uma garantia maior quanto ao recebimento dos valores mutuados.⁸⁰

Aos 14 de outubro de 1999, foi editada a Medida Provisória de n. 1.925, que deu força executiva à Cédula de Crédito Bancário, pois esse mandamento era explícito em seu art. 1º. Paulo Salvador Frontini, ao tempo em que a Medida Provisória em comento estava em pleno vigor, já reconhecia a relevância social que seria proporcionada pela iniciativa:

O surgimento da Cédula de Crédito Bancário, com as características de predominância do credor instituição financeira e com força de título executivo, sugere aos versados em Ciência Política e História Econômica um bom tema para a interpretação da política econômica adotada nesta quadra história.⁸¹

Desta forma, se institucionaliza um título de crédito de suma importância na vida econômica nacional, na medida em que traz uma maior segurança às relações jurídicas bancárias.⁸²

Existe um fundamento axiológico para a criação desta figura especial no direito brasileiro. A definição acerca do instituto de Humberto Theodoro Júnior é a seguinte:

A criação da cédula de crédito bancário veio ao encontro da necessidade premente e urgente de inovação no cenário nacional à época, em que os financiamentos bancários se tornavam cada dia mais caros e restritos, devido à insegurança e instabilidade das decisões dos pretórios nacionais que fragilizavam os vínculos contratuais. As instituições financeiras vinham enfrentando grande resistência dos devedores inadimplentes, tomadores de crédito, que, sem retornar sequer o capital recebido ou a parte incontroversa de suas dívidas, postergavam anos a fio as ações executivas sob a ausência de título executivo, certo e exigível.⁸³

Antes da Medida Provisória 1.925 de 1999, não havia um consenso na jurisprudência a respeito da força executiva da Cédula de Crédito Bancário, não restando alternativa ao Chefe do Poder Executivo, senão fazer as vezes do Poder Legislativo e dar força executória a este título.⁸⁴

⁸⁰ FROTINI, Paulo Salvador. Cédula de Crédito Bancário: Análise do título criado pela Medida Provisória 1.925 (DOU 15. 10.1999 e reedições). **Revista de Direito Mercantil**, ano XXXIX, n. 119, p. 58, jul.-set. 2000.

⁸¹ FROTINI, 2000, p. 58.

⁸² THEODORO JÚNIOR, Humberto. Cédula de Crédito Bancário. **Revista de Direito Internacional e Econômico**, v. 2. n. 5, p. 8, out.-dez. 2003.

⁸³ THEODORO JÚNIOR, 2003, p. 8.

⁸⁴ FROTINI, 2000, p. 60,

Posteriormente, no ano de 2001, a Medida Provisória 1.925 de 1999 foi reeditada sob o n. 2.065-20, que seguiu a literalidade dos dispositivos a respeito da Cédula de Crédito Bancário.⁸⁵

Somente em 02 de agosto de 2004, é que o então Presidente da República, sancionou a Lei 10.931 que dispõe, entre outros assuntos, da Cédula de Crédito Bancário e seus pressupostos e requisitos básicos de aplicabilidade. Os dispositivos que tratam deste título de crédito estão entre os arts. 26 e 45 da lei supramencionada.

3.2 Conceito

Na atualidade, um conceito embasado na legislação é dado por Fran Martins, que afirma que: “É um título de crédito emitido por pessoa física ou jurídica em favor de instituição financeira ou de entidade a esta equiparada, representando promessa de pagamento em dinheiro decorrente de operação de crédito, de qualquer modalidade.”⁸⁶

De outro lado, Amador Paes de Almeida afirma que: “A Cédula de Crédito Bancário é uma promessa de pagamento em dinheiro, emitida por pessoa física ou jurídica, em favor de instituição financeira ou entidade a ela equiparada, decorrente de operação de crédito de qualquer modalidade”.⁸⁷

Dos referidos conceitos já é possível visualizar explícita e implicitamente algumas características, requisitos e pressupostos atinentes a este título de crédito que permeia as relações bancárias e que serão estudados adiante. (v. subitem 3.3 *infra*)

3.3 Princípios

Como já evidenciado, a Cédula de Crédito Bancário é um título de crédito, e expressamente está consolidado no art. 26 da Lei 10.931 de 2004. Portanto,

⁸⁵ ALMEIDA, Amador Paes. **Teoria e prática dos títulos de crédito**. 26. ed. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 375.

⁸⁶ MARTINS, Fran. **Títulos de Crédito**. 15. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010, p. 530.

⁸⁷ ALMEIDA, 2007, p. 375.

inevitavelmente deverá ser balizada pelos princípios inerentes aos títulos dessa natureza.

O primeiro princípio apontado pelos estudiosos sobre o tema é o da literalidade, que nada mais é do que a estrita observância do que foi apostado no instrumento referente ao título de crédito que se analisa. Explica o referido princípio Arnaldo Rizzardo:

Da origem histórica – *lettera* – advém esta qualidade, segundo a qual vale o título pelo que nele está escrito. Tem importância o documento em si, sem influir as relações subjacentes que o levaram à formalização. É o conteúdo da cártula que pode ser exigido.⁸⁸

No que tange especificamente à Cédula de Crédito Bancário, José Coêlho Ferreira e Theresa Karina Barbosa fazem o seguinte apontamento quanto à sua literalidade:

A Cédula de Crédito é cártula onde consta, obrigatoriamente, a denominação 'Cédula de Crédito Bancário (art. 4º, I) e a declaração do emitente de pagar em dinheiro certa, líquida e exigível, no seu vencimento ou no caso de dívida oriunda de contrato de abertura de crédito bancário e promessa do emitente de pagar a dívida em dinheiro, certa, líquida e exigível, correspondente ao utilizado' (art. 4º, II). A literalidade é característica essencial dos títulos de crédito em geral, resta preservada na Cédula, vedada sua emissão escritural.⁸⁹

Os requisitos apontados pelos autores, se encontram atualmente nos incisos I, e II do art. 29 da Lei n. 10.931 de 2004. Portanto, estas disposições deverão ser devidamente observadas sob pena de invalidade do título, ora em estudo.⁹⁰

Como segundo princípio inerente aos títulos de crédito e conseqüentemente da Cédula de Crédito Bancário é o da autonomia. Os títulos de crédito em geral, não podem possuir qualquer vinculação no sentido obrigacional com qualquer prestação diversa da aposta em seu instrumento⁹¹. Essa equidistância deve estar presente até mesmo em relação ao negócio jurídico que lhe deu causa. Nesse sentido, vejamos o que preleciona Fran Martins:

⁸⁸ RIZZARDO, Arnaldo. **Títulos de Crédito**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013, p. 12.

⁸⁹ FERREIRA, José Coêlho; BARBOSA, Theresa Karina de F. G. Cédula de Crédito Bancário: Considerações acerca da Medida Provisória 1.925. **Revista de Direito Bancário do Mercado de Capitais e da Arbitragem**, ano 3, n. 8, p. 98, abr.-jun. 2000.

⁹⁰ RIZZARDO, 2013, p. 12.

⁹¹ VIVANTE, Cesare. **Trattato di diritto commerciale**. 3. ed. Milano: Francesco Vallardi, 1914, p. 63. v. III.

Significa *autonomia* o fato de não estar o cumprimento das obrigações assumidas por alguém no título vinculado a outra obrigação qualquer, mesmo ao negócio que deu lugar ao nascimento do título. Isso se justifica porque a obrigação em princípio, tem sua origem nos verdadeiros títulos de crédito, em um ato unilateral de vontade de quem se obriga; aquele que assim o faz não subordina sua obrigação a qualquer outra por acaso já existente no título. Daí poder o portador no momento oportuno, exigir de qualquer obrigado a realização da obrigação por ele assumida, desde que tenha praticado os atos determinados pela lei.⁹² (grifo do autor)

A Cédula de Crédito Bancário (CCB), por sua vez, é um negócio jurídico destacado, ou seja, autônomo. Assim sendo, é conferida ao portador a segurança do cumprimento da obrigação por qualquer das pessoas que tenham lançado assinatura no título.⁹³

Nesse mister, não podemos olvidar que a CCB é um título de crédito que pode ser transferido mediante endosso em preto. Vejamos os escritos de Maria Bernadete Miranda:

As cédulas de crédito bancário são títulos de crédito nominais e transferidos mediante endosso em preto, ao qual se aplicarão, no que couber, as normas de direito cambiário, caso em que o endossatário, mesmo não sendo instituição financeira ou entidade a ela equiparada, poderá exercer todos os direitos por ela conferidos, inclusive cobrar juros e demais encargos financeiros na forma pactuada na cédula.⁹⁴

Tal possibilidade se encontra descrita no § 4º do art. 43 da Lei 10.931, fazendo com que o portador tenha plenos poderes em relação aos privilégios da CCB, sem contudo, se vincular à obrigação que lhe deu causa.⁹⁵

A cartularidade também é um princípio inerente aos títulos de crédito, que refere-se à sua materialização no mundo real, ou seja, como deverá o título ser expresso para que seja perfeitamente válido e eficaz.⁹⁶

Sobre o supramencionado princípio, Arnaldo Rizzardo, preleciona no seguinte sentido:

O título de crédito necessariamente deve estar representado por um documento, um papel, no qual deverão estar inseridos todos os requisitos para que resulte válido. Tal documento (cártula) é o instrumento indispensável para o exercício do direito de crédito nele contido.⁹⁷

⁹² MARTINS, 2010, p. 10

⁹³ FERREIRA; BARBOSA, 2000, p. 99.

⁹⁴ MIRANDA, Maria Bernadete. **Curso teórico e prático dos títulos de crédito**. Rio de Janeiro: Forense, 2006, p. 154.

⁹⁵ RIZZARDO, 2013, p. 264.

⁹⁶ ALMEIDA, 2007, p. 5.

⁹⁷ RIZZARDO, 2013, p. 10.

Impreterivelmente a CCB deve ser documento escrito com todos os seus requisitos e características devidamente explicitados⁹⁸, pois é esta cártula que deverá ser apresentada no momento da busca pela satisfação do direito de crédito. Portanto é incompatível a elaboração de Cédula de Crédito Bancário de outro modo, que não o escrito.⁹⁹

E por derradeiro, a doutrina maciça elucida como princípio inerente aos títulos de crédito, assim como da CCB, a abstração que nada mais é do que a independência do título em relação ao negócio jurídico que lhe deu causa. Ou seja, possui validade destacada e não seguirá a sorte da relação jurídica que lhe deu substrato. Fran Martins delinea o referido princípio e o diferencia da *autonomia*:

Outro princípio característico dos títulos de crédito é a *abstração*. Significa isso que os direitos decorrentes do título são abstratos, não dependentes do negócio jurídico que deu lugar ao nascimento do título. A *abstração* às vezes tem sido confundida com a *autonomia* mas, na realidade, são coisas diferentes. *Abstratos* são os direitos por que independem do negócio jurídico que deu origem ao título. Uma vez o título emitido, liberta-se de sua causa, e, assim, a mesma (que tem sido chamada de *relação fundamental* ou *negócio fundamental*) não poderá ser alegada futuramente para invalidar as obrigações decorrentes do título, pois esse, uma vez emitido, passa a conter direitos *abstratos*, não cabendo, tal modo, a exigência da contraprestação, para poder ser satisfeita a obrigação.¹⁰⁰ (grifo do autor)

Assim sendo, a CCB, após a sua constituição válida e eficaz, não ficará adstrita ao negócio jurídico que lhe deu causa, ou seja, a relação de crédito bancário que lhe serviu de supedâneo para sua elaboração.

Entretanto, não podemos olvidar do posicionamento de alguns especialistas, sobre a mitigação do referido princípio na CCB, pois esta em determinados casos pode admitir a bilateralidade “já que a lei permite a emissão de cédula de crédito bancário para representar contrato de abertura de crédito. Não de *garantia de abertura de crédito*, mas de instrumento que representa o contrato de abertura de crédito, que é sinalagmático”.¹⁰¹ (grifo do autor)

⁹⁸ BOZZANCA, Alexandre. Caratteristiche dei titoli nominativi. **Tesionline**. Disponível em: <<http://www.tesionline.it/v2/appunto-sub.jsp?p=15&id=512>>. Acesso em: 15 fev. 2015.

⁹⁹ FROTINI, 2000, p. 64.

¹⁰⁰ MARTINS, 2010, p. 11.

¹⁰¹ BRANCO, Gerson Luiz Carlos. Cédula de Crédito Bancário: estrutura e funcionalidade. **Revista de Direito do Consumidor**, ano 75, n. 65, p. 134, jan.-mar. 2008.

Analizados os princípios básicos dos títulos de crédito, em consonância com a sua aplicação prática à Cédula de Crédito Bancário, é necessário direcionar a pesquisa para o estudo dos caracteres específicos deste título, com base na Lei 10.931 de 2004.

3.4 Características e requisitos

Além dos princípios genéricos inerentes a todos os títulos de crédito, a Cédula de Crédito Bancário possui características e requisitos próprios que diferenciam-na dos demais títulos de crédito existentes no ordenamento jurídico pátrio. O parâmetro-base para a análise deste título é a própria Lei n. 10.931 de 2004.

A começar pelas características específicas da CCB, podemos verificar duas, que são de fundamental importância para a sua constituição: a emissão por pessoa física ou jurídica em favor de instituição financeira e; o tipo de operação, que deve ser de crédito bancário.¹⁰² Para alguns, tais características são tidas como pressupostos.¹⁰³

A CCB pode ser emitida, por pessoa física ou jurídica, sem qualquer diferenciação entre estas no momento de sua emissão.¹⁰⁴ Desta forma, não haverá qualquer óbice para a emissão deste título, pois o mais relevante é que o credor seja uma instituição financeira, conforme se evidencia do art. 26 da Lei n. 10.931 de 2004.

Quanto à qualidade das instituições financeiras, Wille Duarte Costa faz a seguinte ponderação:

A instituição credora deve integrar o Sistema Financeiro Nacional, mas a lei admite a emissão de Cédula em favor de instituição domiciliada no exterior, desde que a obrigação esteja sujeita exclusivamente à lei e ao foro brasileiros. Quando em favor de instituição domiciliada no exterior, poderá ser emitida em moeda estrangeira.¹⁰⁵

Não haverá qualquer possibilidade de emissão de CCB, se não se tratar de uma operação envolvendo uma instituição financeira (ou a esta equiparada) nacional ou estrangeira como credora do título emitido.

¹⁰² MARTINS, 2010, p. 530.

¹⁰³ RIZZARDO, 2013, p. 265.

¹⁰⁴ COSTA, Willie Duarte. **Títulos de crédito**. 3. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2007, p. 492.

¹⁰⁵ COSTA, 2007, p. 492.

A emissão de CCB por pessoas jurídicas, cresce cada vez mais com o avanço das relações comerciais e consumeristas. Este mecanismo se faz estritamente necessário para empréstimos bancários que ocorrem corriqueiramente na atualidade¹⁰⁶.

A segunda característica se refere ao tipo de obrigação que pode dar sustentáculo à criação da CCB. Apesar dos títulos de crédito possuírem como características precípuas a abstração e a autonomia, antes de serem postos em circulação devem necessariamente se ater ao negócio jurídico que lhe deu causa como pressuposto de validade, para que assim possa se tornar uma obrigação autônoma.¹⁰⁷

É necessário que a CCB surja de uma operação de crédito bancário (art. 26 da Lei n. 10.931 de 2004), porém o próprio texto legal dá uma certa amplitude ao tema, pois permite que a operação de crédito seja de qualquer natureza. Nesse sentido assevera Amador Paes Almeida:

A Cédula de Crédito Bancário tem, pois, vasta amplitude, já que pode ser utilizada em toda e qualquer operação de crédito bancário, não estando, portanto, vinculada a determinadas aplicações, como ocorre, por exemplo, com os títulos de crédito rural ou industrial. Assim, pode ser, igualmente, utilizada pelas instituições financeiras como garantia resultante do fornecimento de cartões de crédito, em substituição aos usuais contratos, já que admite utilização parcelada do crédito colocado à disposição do emitente.¹⁰⁸

Apesar desta amplitude salientada pelo referido autor, o que se percebe é uma vultosa utilização da CCB em empréstimos bancários. Tais operações financeiras são inerentes às atuais demandas de mercado, e portanto são imprescindíveis à subsistência financeira de boa parte dos indivíduos.¹⁰⁹

A doutrina também elenca alguns requisitos que devem ser preenchidos para que a CCB seja perfeita, válida e eficaz. Arnaldo Rizzardo os divide em essenciais, instrumentais e acessórios.¹¹⁰

Os requisitos essenciais são descritos no art. 29 da Lei n. 10.931 de 2004. Trata-se de um rol que deve ser necessariamente observado no momento da constituição da Cédula de Crédito Bancário. Vejamos o texto legal:

¹⁰⁶ BRANCO, 2008, p. 126.

¹⁰⁷ MARTINS, 2010, p. 10.

¹⁰⁸ ALMEIDA, 2007, p. 376.

¹⁰⁹ BRANCO, 2008, p. 126.

¹¹⁰ RIZZARDO, 2013, p. 265.

Art. 29. A Cédula de Crédito Bancário deve conter os seguintes requisitos essenciais:

I – a denominação ‘Cédula de Crédito Bancário’;

II – a promessa do emitente de pagar a dívida em dinheiro, certa, líquida e exigível no seu vencimento ou, no caso de dívida oriunda de contrato de abertura de crédito bancário, a promessa do emitente de pagar a dívida em dinheiro, certa, líquida e exigível, correspondente ao crédito utilizado;

III – a data e o lugar do pagamento da dívida e, no caso de pagamento parcelado, as datas e os valores de cada prestação, ou os critérios para essa determinação;

IV – o nome da instituição credora, podendo conter cláusula à ordem;

V – a data e o lugar de sua emissão; e

VI – a assinatura do emitente e, se for o caso, do terceiro garantidor da obrigação, ou de seus respectivos mandatários.

Estes requisitos são atinentes ao detalhamento da forma da obrigação que está sendo contraída com a emissão do título, assim como a referência expressa ao *quantum debeatur* oriundo da operação de crédito e sua forma de adimplemento.¹¹¹ É importante salientar que estes requisitos estão intimamente ligados ao princípio da literalidade dos títulos de crédito, especificamente aplicado às CCB.

Os requisitos instrumentais, por sua vez, são adstritos “à forma de exteriorização da cédula, que se emitirá por escrito em tantas vias quantas forem as partes que nela intervierem, e outros elementos constantes do § 2º, art. 29”. O formalismo é essencial neste tipo de operação, pois garante maior segurança aos contratantes, no que concerne à possibilidade de discussão acerca do conteúdo do título.¹¹²

Além disso, a CCB deve ter a devida aposição das assinaturas do emitente e de seu eventual garantidor. Corolário do princípio da cartularidade, este requisito é de cunho instrumental pois trata de um viés extrínseco do título, ou seja, a sua forma¹¹³.

Nesse mister, não podemos olvidar que somente a via do credor é negociável e transferível, como visto ao elucidarmos o princípio da autonomia (v. subitem 3.2 *supra*). Nas demais vias, que não a do credor, deverá constar a expressão “não negociável” (art. 29, § 3º, da Lei n. 10.931 de 2004).

Não obstante o formalismo, a CCB pode ser aditada, retificada ou ratificada, desde que observe os mesmos requisitos exigidos para a cédula,

¹¹¹ MIRANDA, 2006, p. 154.

¹¹² RIZZARDO, 2013, p. 265.

¹¹³ MIRANDA, 2006, p. 154.

passando o documento a integrar a cédula original (§ 4º do art. 29). Naturalmente esta alteração deve ser emitida em quantas vias forem as partes.¹¹⁴

Ainda no tocante aos requisitos instrumentais é importante mencionar que não é necessário registro do título para a que este seja oponível perante terceiros. Deste modo, leciona Fran Martins:

A validade e eficácia da Cédula de Crédito Bancário não dependem de registro, mas as garantias reais, por ela constituídas, ficam sujeitas, para valer contra terceiros, aos registros ou averbações previstos na legislação aplicável, com as alterações introduzidas pela lei.¹¹⁵

Os requisitos acessórios, são assim denominados, por não afetarem o plano da validade da CCB, mas sim no que se refere à órbita da eficácia, pois caso sejam inexistentes mitigam os efeitos inerentes aos títulos de crédito, ou seja, a liquidez e certeza do título.¹¹⁶

Arnaldo Rizzardo, nesse sentido preleciona que:

Os requisitos acessórios estão discriminados no art. 28 e em seus parágrafos. Podem ser considerados acessórios porque, uma vez atendidos dão a qualidade de executividade à dívida. Se não preenchidos, ao credor faltará título líquido, certo e exigível para a execução, sobrando-lhe a ação ordinária para haver o seu crédito.¹¹⁷

Apesar da ausência de liquidez e certeza do título não torná-lo inexistente ou inválido, não haverá qualquer funcionalidade ao titular do direito de crédito, pois a ação ordinária já poderia ser utilizada pela simples existência do negócio fundamental, ou seja, a dívida propriamente dita.¹¹⁸

3.5 Relevância e funcionalidade da Cédula de Crédito Bancário na atualidade

Como já foi apontado diversas vezes no presente estudo, a Cédula de Crédito Bancário se torna cada vez mais imprescindível à vida cotidiana, seja no âmbito particular ou empresarial. Aos consumidores em geral, as operações de crédito, principalmente o mútuo bancário, são cada vez mais utilizadas, na

¹¹⁴ RIZZARDO, 2013, p. 266.

¹¹⁵ MARTINS, 2010, p. 11.

¹¹⁶ MARTINS, 2010, p. 12.

¹¹⁷ RIZZARDO, 2013, p. 266.

¹¹⁸ BRANCO, 2008, p. 131.

medida em que a procura por capital para investimento ou para consumo aumentaram consideravelmente.

É interessante verificar a funcionalidade da Cédula de Crédito Bancário que é explanada por Gerson Luiz Carlos Branco:

Nessa linha se pode inserir a cédula de crédito bancário, como um instrumento criado pelo Poder Público para dotar as instituições financeiras de um mecanismo diferenciado para a representação de seus créditos. O objetivo foi reduzir o *spread* bancário, os níveis de inadimplência dos contratos no âmbito do sistema financeiro nacional, para em longo prazo contribuir com o chamado *grau de investimento* de economia brasileira, a fim de torná-la atrativa ao arisco capital internacional.¹¹⁹ (grifo do autor)

O que pode ser extraído desta finalidade é que os bancos são os únicos beneficiados com a instituição da Cédula de Crédito Bancário como título de crédito, pois reforça suas garantias em relação às operações de crédito concedidas. Portanto, em nada beneficia os adquirentes dos serviços de crédito.¹²⁰

Existe um monopólio por parte das instituições financeiras, no que concerne a emissão da CCB. Em primeiro lugar porque este título somente pode ser emitido em operações financeiras, e segundo porque não há escolha ao adquirente quanto à emissão da CCB, pois este fica à discricionariedade da instituição condicionar a concessão de operação financeira ao referido título.

Desta forma, o adquirente que necessita da operação de crédito, não tem alternativa, senão sujeitar-se à emissão da Cédula de Crédito Bancário para aumentar a possibilidade de recebimento das instituições financeiras daquilo que foi pactuado.

Esse monopólio afeta tanto pessoas físicas quanto jurídicas que se veem em uma situação delicada, em relação às instituições financeiras, principalmente os bancos.

Deste modo, em linhas gerais foi evidenciada a disciplina da Cédula de Crédito Bancário no ordenamento jurídico brasileiro, em relação aos seus princípios gerais e específicos, características-base, bem como a sua funcionalidade perante as operações de crédito de qualquer natureza.

¹¹⁹ BRANCO, 2008, p. 131.

¹²⁰ COSTA, 2007, p. 492.

4 APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES ENVOLVENDO CÉDULAS DE CRÉDITO BANCÁRIO

Traçados os parâmetros basilares das Cédulas de Crédito Bancário na legislação atual, bem como as normas referentes aos contratos de consumo, no que se refere à sua sistemática e possibilidade de aplicação, é necessário verificar se os conhecimentos colacionados possibilitam ou não a aplicabilidade do CDC à emissão das CCB's.

Como visto, a CCB é oriunda das relações traçadas entre instituições financeiras e particulares (pessoas físicas ou jurídicas), com o intuito de dar força executiva às operações de crédito contratadas. Nesse sentido trata-se de um serviço eminentemente de natureza bancária¹²¹.

Daí surge o primeiro embate para possibilitar a aplicação do CDC nas Cédulas de Crédito Bancário: a possibilidade das instituições financeiras figurarem como fornecedoras nas operações de crédito. Claudia Lima Marques assevera que: “surpreendentemente um dos mais recorrentes temas de discussão sobre a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor a um ramo de consumo do Brasil, foi o dos contratos bancários e de financiamento”.¹²²

A referida autora surpreende-se com a discussão em razão do já observado § 2º, do art. 3º do CDC, que inclui na definição de serviços, as atividades de natureza bancária, financeira e de crédito, o que foi por nós salientado (v. subitem 2.2.1. *supra*).

Grande discussão já pairou em torno desta temática, resultando um grande embate judicial por parte das organizações bancárias. Havia dois argumentos principais das instituições financeiras que pugnavam pela inaplicabilidade do CDC.

O primeiro deles é expresso por Newton de Lucca, vejamos:

Afirmou-se em primeiro lugar, que o cliente do banco não seria consumidor, para gozar da proteção do código, posto ele não ser o *destinatário final* do principal produto que as instituições financeiras oferecem (o dinheiro) nos termos da definição constante do *caput* do art. 2º do CDC. Se o dinheiro é mero instrumento de troca, em

¹²¹ SANTOS, Theophilo Azeredo. Notas sobre a cédula de crédito bancário. **Revista de Direito Bancário do Mercado de Capitais e da Arbitragem**, ano 3, n. 8, p. 99, abr.-jun. 2000.

¹²² MARQUES, 2005, p. 503.

resumo, não poderia ele estar sendo utilizado como bem de consumo, mas sim como simples meio para que o mutuário, cliente do banco, pudesse adquirir, posteriormente um produto ou um serviço do mercado de consumo.

Nessa linha de análise, argumentou-se que o tomador de dinheiro jamais poderia ser considerado destinatário final – e, portanto, consumidor do produto oferecido pelo banco – a menos que se tratasse de um colecionador de moedas [...].¹²³ (grifo do autor)

Como segundo argumento, os bancos tentaram diferenciar as expressões serviços bancários de operações bancárias, visando restringir ao máximo as possibilidades de aplicação do CDC que menciona apenas a terminologia serviços.¹²⁴

Com estes argumentos a Confederação Nacional do Sistema Financeiro-CONSIF, por meio de uma Ação Direta de Inconstitucionalidade, buscou declarar inconstitucional o § 2º, *in fine*, do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor.¹²⁵

Em um primeiro momento, tais argumentos possam parecer válidos, porém foram rechaçados *in totum* pelo Supremo Tribunal Federal que negou o pedido de declaração de inconstitucionalidade feito pela referida confederação. Rizzato Nunes assevera que: “Consigne-se que a derrota da autora, no caso, representa uma verdadeira vitória da cidadania brasileira”.¹²⁶

Para Newton de Lucca, o primeiro argumento é totalmente atécnico e insustentável na medida em que o dinheiro apesar de não ser consumido materialmente é considerado juridicamente um bem consumível, e portanto, podem os consumidores deste serviço, serem caracterizados como destinatários finais.¹²⁷

O segundo argumento é de maior crítica, pois não há o menor cabimento para as alegações dos bancos, que visam diferenciar operações e serviços bancários, com resoluções instituídas pelas próprias instituições financeiras e que não possuem um fundamento axiológico para a distinção. Nesse sentido Cláudia Lima Marques assevera:

¹²³ LUCCA, 2003, p. 226.

¹²⁴ MARQUES, 2005, p. 518-519.

¹²⁵ BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Embargos de Declaração na Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2591/DF. Relator: Ministro Eros Grau. Brasília, 14 de dezembro de 2006. **Diário da Justiça**, 13 abr. 2007, p. 00083.

¹²⁶ NUNES, 2008, p. 96.

¹²⁷ LUCCA, 2003, p. 230.

Não há que prosperar a distinção, pois a nomenclatura própria bancária é, em verdade, espécie do gênero serviço – gênero este incluído totalmente no campo de aplicação do CDC, fora os serviços trabalhistas – e, se é gênero, inexistente distinção jurídica relevante. A referida distinção não tem efeitos excludentes, seja na doutrina bancária, seja na doutrina consumerista, seja na Lei 8.078/90, cujo espírito é, ao contrário, claramente de inclusão de todos os serviços, não importando a espécie, e de inclusão de todos os serviços bancários em abstrato, se diante de um consumidor (art. 3, § 2º. do CDC). O argumento não resiste a um exame mais detalhado e sucumbe em seu próprio formalismo conceitual, pois quem diz mais, diz menos, e, se o CDC inclui os ‘serviços’ bancários, inclui tidas as atividades, fazeres e operações típicas e atípicas bancárias em abstrato.¹²⁸

Apenas com essa interpretação, e pelos dispositivos legais existentes, não haveria a necessidade de qualquer outro meio para atestar que nas relações que envolvem serviços bancários (como gênero) as instituições financeiras serão tidas como fornecedores.

Todavia, no intuito de pacificar a questão o STJ, em 2004, editou a Súmula 297 com o seguinte teor: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras.” Desta forma, fica consolidada a possibilidade de incidência da lei consumerista nas operações de crédito bancário.

A jurisprudência do STJ já é maciça nesse sentido:

PROCESSO CIVIL - RECURSO ESPECIAL - AGRAVO REGIMENTAL – CONTRATO BANCÁRIO DE ABERTURA DE CRÉDITO - CELEBRAÇÃO ANTERIOR À EDIÇÃO DA MEDIDA PROVISÓRIA 2.170-36/2001 - CAPITALIZAÇÃO MENSAL DE JUROS - ART 4º DO DECRETO 22.626/33 - LEI 4.595/64 - SÚMULA 596/STF - INAPLICABILIDADE - INCIDÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - COMPENSAÇÃO DE HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS - CABIMENTO - DESPROVIMENTO.

1 - Este Tribunal já proclamou o entendimento de que, nos contratos firmados por instituições integrantes do Sistema Financeiro Nacional, anteriormente à edição da MP 1.963-17/2000, de 31 de março de 2000 (atualmente reeditada sob o n.º 2.170-36/2001), ainda que expressamente pactuada, é vedada a capitalização dos juros, somente admitida nos casos previstos em lei, quais sejam, nas cédulas de crédito rural, comercial e industrial, inócorrentes, na presente hipótese (art. 4º do Decreto n. 22.626/33 e Súmula n.º 121-STF). In casu, cuida-se de contrato de empréstimo/financiamento de bens e serviços firmado em dezembro de 1996, sendo, portanto, inaplicável o disposto na citada medida provisória. Precedentes (REsp nºs 629.487/RS e 525.557/RS, AgRg REsp nºs 494.735/RS e 595.136/RS).

2 - No que tange ao CDC (Código de Defesa do Consumidor), esta Corte tem entendido que é aplicável às instituições financeiras. Incidência da Súmula 297 do STJ. Precedentes (AgReg no REsp 494.115/RS e 630.957/RS).

¹²⁸ MARQUES, 2005, p. 519-520

3 - Igualmente, consolidada a admissibilidade da compensação de honorários advocatícios em casos de sucumbência recíproca. Precedentes (AgRg REsp nºs 628.549/RS, 554.709/RS e 628.868/RS).

4 - Agravo Regimental conhecido, porém, desprovido.¹²⁹ (grifo nosso)

E no mesmo sentido:

PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL.

ARRENDAMENTO MERCANTIL. NECESSIDADE DE INSTRUÇÃO DO PROCESSO. POSSIBILIDADE DE REVISÃO DO CONTRATO. MERA NEGATIVA. IMPUGNAÇÃO DEFICIENTE. ENUNCIADOS 283 DA SÚMULA DO STF E 182 E 297 DO STJ. ARGUIÇÃO INFUNDADA.

1. Incide por analogia o enunciado 182 da Súmula do STJ à matéria cujos fundamentos não foram impugnados suficientemente no regimental.

2. 'O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras' (Súmula 297, do STJ).

3. Como decorrência disso, é pacífica na jurisprudência deste Tribunal Superior a possibilidade de revisão das cláusulas dos contratos bancários.

4. Agravo regimental a que se nega provimento.¹³⁰

Superada esta questão, a análise se volta para o outro polo da relação de consumo, ou seja, o consumidor. Devemos remontar aos conhecimentos obtidos ao longo do subitem 2.2.3 *supra*, pois as teorias abordadas serão de grande relevância.

Não há qualquer controvérsia, tanto na doutrina quanto na jurisprudência quando o contrato possui uma pessoa física no polo do adquirente na relação consumerista, sendo esta o consumidor por excelência.¹³¹

Alguma relutância ainda surge para alguns no que concerne às pessoas jurídicas, principalmente as que possuem um capital considerável. Trata-se de uma visão retrógrada na medida em que o conceito de vulnerabilidade não se restringe a um critério econômico.

Para uma atualização é necessário que o Judiciário tenha uma visão mais ampla do conceito de vulnerabilidade, como já vem ocorrendo no Superior

¹²⁹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial n. 541021. Relator: Ministro Jorge Scartezini. Brasília, 18 de novembro de 2004. **Diário da Justiça**, 17 dez. 2004, p. 558.

¹³⁰ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial n. 1385831/PI. Relator: Ministra Maria Isabel Gallotti. Brasília, 24 de junho de 2014. **Diário da Justiça Eletrônico**, 01 ago. 2014. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=201301519999&dt_publicacao=01/08/2014>. Acesso em: 10 fev. 2015.

¹³¹ ANDRADE, 2006, p. 17.

Tribunal de Justiça. Como maior expoente deste pensamento, a Ministra Nancy Andrighi assevera em um recente julgado:

DIREITO CIVIL E DIREITO DO CONSUMIDOR. TRANSPORTE AÉREO INTERNACIONAL DE CARGAS. ATRASO. CDC. AFASTAMENTO. CONVENÇÃO DE VARSÓVIA. APLICAÇÃO.

1. A jurisprudência do STJ se encontra consolidada no sentido de que a determinação da qualidade de consumidor deve, em regra, ser feita mediante aplicação da teoria finalista, que, numa exegese restritiva do art. 2º do CDC, considera destinatário final tão somente o destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa física ou jurídica.

2. Pela teoria finalista, fica excluído da proteção do CDC o consumo intermediário, assim entendido como aquele cujo produto retorna para as cadeias de produção e distribuição, compondo o custo (e, portanto, o preço final) de um novo bem ou serviço. Vale dizer, só pode ser considerado consumidor, para fins de tutela pela Lei nº 8.078/90, aquele que exaure a função econômica do bem ou serviço, excluindo-o de forma definitiva do mercado de consumo.

3. Em situações excepcionais, todavia, esta Corte tem mitigado os rigores da teoria finalista, para autorizar a incidência do CDC nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade.

4. Na hipótese em análise, percebe-se que, pelo panorama fático delineado pelas instâncias ordinárias e dos fatos incontroversos fixados ao longo do processo, não é possível identificar nenhum tipo de vulnerabilidade da recorrida, de modo que a aplicação do CDC deve ser afastada, devendo ser preservada a aplicação da teoria finalista na relação jurídica estabelecida entre as partes.

5. Recurso especial conhecido e provido.¹³² (grifo nosso)

Em outra oportunidade a supracitada Ministra fez uma breve explanação acerca da adoção paulatina da Corte Superior da teoria finalista aprofundada, senão vejamos uma parcela de seu voto:

[...] 2. Pela teoria finalista, fica excluído da proteção do CDC o consumo intermediário, assim entendido como aquele cujo produto retorna para as cadeias de produção e distribuição, compondo o custo (e, portanto, o preço final) de um novo bem ou serviço. Vale dizer, só pode ser considerado consumidor, para fins de tutela pela Lei nº 8.078/90, aquele que exaure a função econômica do bem ou serviço, excluindo-o de forma definitiva do mercado de consumo.

3. A jurisprudência do STJ, tomando por base o conceito de consumidor por equiparação previsto no art. 29 do CDC, tem evoluído para uma aplicação temperada da teoria finalista frente às pessoas jurídicas, num processo que a doutrina vem denominando finalismo aprofundado, consistente em se admitir que, em determinadas hipóteses, a pessoa jurídica adquirente de um produto ou serviço pode ser equiparada à condição de consumidora, por apresentar frente ao fornecedor alguma vulnerabilidade, que constitui o princípio-

¹³² BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1358231/SP. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, 28 de maio de 2013. **Diário da Justiça Eletrônico**, 17 jun. 2013. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=201202594141&dt_publicacao=17/06/2013>. Acesso em: 10 fev. 2015.

motor da política nacional das relações de consumo, premissa expressamente fixada no art. 4º, I, do CDC, que legitima toda a proteção conferida ao consumidor.

4. A doutrina tradicionalmente aponta a existência de três modalidades de vulnerabilidade: técnica (ausência de conhecimento específico acerca do produto ou serviço objeto de consumo), jurídica (falta de conhecimento jurídico, contábil ou econômico e de seus reflexos na relação de consumo) e fática (situações em que a insuficiência econômica, física ou até mesmo psicológica do consumidor o coloca em pé de desigualdade frente ao fornecedor). Mais recentemente, tem se incluído também a vulnerabilidade informacional (dados insuficientes sobre o produto ou serviço capazes de influenciar no processo decisório de compra).

5. A despeito da identificação *in abstracto* dessas espécies de vulnerabilidade, a casuística poderá apresentar novas formas de vulnerabilidade aptas a atrair a incidência do CDC à relação de consumo. Numa relação interempresarial, para além das hipóteses de vulnerabilidade já consagradas pela doutrina e pela jurisprudência, a relação de dependência de uma das partes frente à outra pode, conforme o caso, caracterizar uma vulnerabilidade legitimadora da aplicação da Lei nº 8.078/90, mitigando os rigores da teoria finalista e autorizando a equiparação da pessoa jurídica compradora à condição de consumidora [...].¹³³

Desta forma, é possível afirmar que já é consolidado que os bancos poderão figurar como fornecedores nas relações de consumo, com a consequente aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Do mesmo modo, é evidente a possibilidade de pessoas jurídicas serem qualificadas como consumidoras, desde que possuam uma relação de vulnerabilidade.

Feitas essas premissas, devemos observar se na Cédula de Crédito Bancário haverá a possibilidade de aplicação do CDC, quando o emissor for uma pessoa jurídica.

A CCB, sem sombra de dúvidas é um serviço bancário¹³⁴, portanto a instituição financeira credora poderá ser enquadrada como fornecedora. De outro lado o enquadramento de pessoas jurídicas como consumidoras, depende exclusivamente da questão da vulnerabilidade.

Nesta hipótese, a espécie de vulnerabilidade que se evidencia é a fática. Devemos lembrar o ensinamento de Leonardo Medeiros Garcia que preceitua o seguinte:

[...] a vulnerabilidade fática é a vulnerabilidade real diante do parceiro contratual, seja em decorrência do grande poderio

¹³³ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial. n. 1195642/RJ. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, 13 de novembro de 2012. **Diário da Justiça Eletrônico**, 21 nov. 2012. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=201000943916&dt_publicacao=21/11/2012>. Acesso em: 10 fev. 2015

¹³⁴ SANTOS, 2000, p. 99.

econômico deste último, seja pela sua posição no monopólio, ou em razão da essencialidade do serviço que presta, impondo, numa relação contratual, uma posição de superioridade.¹³⁵ (grifo nosso)

Não há de se discutir a questão econômica de ambas as partes, pois este não é o escopo do presente trabalho. O cerne está em verificar a situação de superioridade das instituições bancárias em relação aos contratantes.

Como já tivemos a oportunidade de destacar (v. subitem 3.1 *supra*) as instituições financeiras credenciadas no sistema financeiro nacional são as únicas que podem ser favorecidas pela emissão da Cédula de Crédito Bancário.¹³⁶ Assim sendo, fica mais do que evidente o monopólio que há por parte dos bancos na emissão desta espécie de título.

Nesta seara, não se pode olvidar que a vida cotidiana das pessoas jurídicas em geral exige, com a evolução das multiplicidades relacionais, necessariamente que se utilize as operações de crédito.¹³⁷ É praticamente impossível a sobrevivência de algumas pessoas jurídicas sem a utilização dos serviços desta natureza, daí a sua essencialidade.

Ante o exposto, é clarividente a vulnerabilidade fática das pessoas jurídicas (independentemente de condição econômica), em relação às instituições financeiras credoras das Cédulas de Crédito Bancário, seja pelo monopólio em relação a esses títulos ou pela essencialidade das operações de crédito.

O argumento de que as operações de crédito não possibilitam o enquadramento das pessoas jurídicas como destinatários finais, também não pode prosperar, pois como já superado ao longo deste trabalho o dinheiro é um bem juridicamente consumível, ainda que materialmente esteja em constante circulação.¹³⁸ Isso sem mencionar a autonomia da CCB em relação à operação de crédito pactuada.

Não há qualquer problema em aumentar as garantias para as operações creditórias, entretanto não se pode deixar o consumidor à mercê das instituições financeiras, sem a utilização da legislação consumerista, que equilibra a relação jurídica contratual de consumo.

¹³⁵ GARCIA, 2009, p. 32.

¹³⁶ COSTA, 2007, p. 492.

¹³⁷ BRANCO, 2008, p. 126.

¹³⁸ LUCCA, 2003, p. 230.

A emissão da Cédula de Crédito Bancário é uma relação contratual, que, por consequência, se trata de consumo, pois reúne todos os requisitos estatuídos legalmente para tanto.

Desta maneira, se verifica a ausência de óbices para aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor na emissão das CCB's em razão da vulnerabilidade fática do emissores, seja pessoa física ou pessoa jurídica.

5 CONCLUSÃO

Após o árduo trabalho de pesquisa foi possível demonstrar a possibilidade de aplicação do Código de Defesa do Consumidor às relações jurídicas firmadas através da Cédula de Crédito Bancário.

Em um primeiro momento, ficou mais do que evidente, o delineamento teórico dos contratos de consumo. Destaque se dá ao consumidor, que, através de uma nova concepção, adequada às múltiplas transformações sociais, pode ser vulnerável técnica, fática, informacional ou juridicamente. Isso independentemente de ser o adquirente do produto ou serviço pessoa física ou jurídica.

A Cédula de Crédito Bancário é um título de crédito utilizado exclusivamente para operações de crédito no âmbito bancário. Trata-se de um contrato que dá maiores garantias aos bancos de receberem aquilo que foi convencionado. Essas operações são estritamente necessárias na atualidade, sendo quase indispensáveis à vida cotidiana, daí a relevância do presente estudo.

A CCB é norteada pelos princípios inerentes aos títulos de crédito em geral, pois trata-se de uma cártula autônoma e abstrata em relação ao negócio jurídico bancário, que tem sua eficácia limitada ao que foi apostado literalmente pelos contratantes. Assim, resta clara a preferência das instituições bancárias em utilizar este mecanismo em praticamente todas as operações de crédito.

Destarte, verifica-se que a utilização do título de crédito estudado é demasiadamente assídua, pois as operações de crédito bancário são imprescindíveis à boa parte das atividades da vida cotidiana. E como

devidamente evidenciado, este ponto é que configura a vulnerabilidade fática defendida pela teoria finalista aprofundada.

Por fim evidencia-se que na CCB, existe perfeitamente a possibilidade de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, na medida em que já é pacífico na doutrina e na jurisprudência que os bancos figuram como fornecedores nas operações de crédito bancário, o que se comprova com a improcedência da ADIn n. 2591, e a edição da Súmula 297 do STJ. Nesse sentido ainda se verifica a vulnerabilidade fática do emissor da CCB, seja pessoa física ou jurídica. Essa vulnerabilidade pode ser evidenciada pelo monopólio do serviço por parte dos bancos, assim como pela essencialidade dos serviços de crédito. Portanto, é perfeitamente válida e eficaz a incidência do Código de Defesa do Consumidor nas Cédulas de Crédito Bancário.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Amador Paes. **Teoria e prática dos títulos de crédito**. 26. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ANDRADE, Ronaldo Alves de. **Curso de direito do consumidor**. Barueri: Manole, 2006.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do Consumidor**: Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990). 5. ed. atual. por Eduardo C. B. Bittar. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

BOZZANCA, Alexandre. Caratteristiche dei titoli nominativi. **Tesionline**. Disponível em: <<http://www.tesionline.it/v2/appunto-sub.jsp?p=15&id=512>>. Acesso em: 15 fev. 2015.

BRANCO, Gerson Luiz Carlos. Cédula de Crédito Bancário: estrutura e funcionalidade. **Revista de Direito do Consumidor**. Ano 75, n. 65, p. 114-143, jan.-mar. 2008.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo Regimental no Recurso Especial n. 541021. Relator: Ministro Jorge Scartezini. Brasília, 18 de novembro de 2004. **Diário da Justiça**, 17 dez. 2004, p. 558.

_____. _____. Agravo Regimental no Recurso Especial n. 1385831/PI. Relator: Ministra Maria Isabel Gallotti. Brasília, 24 de junho de 2014. **Diário da Justiça Eletrônico**, 01 ago. 2014. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=201301519999&dt_publicacao=01/08/2014>. Acesso em: 10 fev. 2015.

_____. _____. Conflito de Competência n. 92.519/SP. Relator: Ministro Fernando Gonçalves. Brasília, 16 de fevereiro de 2009. **Diário da Justiça Eletrônico**, 04 mar. 2009. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200702907974&dt_publicacao=04/03/2009>. Acesso em: 10 fev. 2015.

_____. _____. Recurso Especial n. 418572/SP. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Brasília, 10 de março de 2009. **Diário da Justiça Eletrônico**, 30 mar. 2009. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200200255150&dt_publicacao=30/03/2009>. Acesso em: 10 fev. 2015.

_____. _____. Recurso Especial. n. 1195642/RJ. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, 13 de novembro de 2012. **Diário da Justiça Eletrônico**, 21 nov. 2012. Disponível em:

<https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=201000943916&dt_publicacao=21/11/2012>. Acesso em: 10 fev. 2015.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1358231/SP. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, 28 de maio de 2013. **Diário da Justiça Eletrônico**, 17 jun. 2013. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=201202594141&dt_publicacao=17/06/2013>. Acesso em: 10 fev. de 2015.

_____. _____. Recurso Ordinário em Mandado de Segurança n. 27512-BA. Relatora: Ministra Nancy Adrighi. Brasília, 20 de agosto de 2009. **Diário da Justiça Eletrônico**, 23 set. 2009. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200801579190&dt_publicacao=23/09/2009>. Acesso em: 09 fev. 2015.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Embargos de Declaração na Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2591/DF. Relator: Ministro Eros Grau. Brasília, 14 de dezembro de 2006. **Diário da Justiça**, 13 abr. 2007, p. 00083.

CARINAÑA. María Ángeles Zurilla. El derecho de información del consumidor en los contratos con consumidores y usuarios. **UCLM – Universidad de Castilla-La Mancha**, 2005. Disponível em: <<https://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/comentarios/8.pdf>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

COSTA, Willie Duarte. **Títulos de crédito**. 3. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2007.

FERREIRA, José Coêlho; BARBOSA, Theresa Karina de F. G. Cédula de Crédito Bancário. Considerações acerca da Medida Provisória 1.925. **Revista de Direito Bancário do Mercado de Capitais e da Arbitragem**, ano 3, n. 8, p. 96-106, abr.-jun. 2000.

FRANCISCHINI, Nadialice. Sistema de Princípios das Relações de Consumo. **Revista Direito**, 09 de julho de 2012. Disponível em: <<http://revistadireito.com/sistema-de-principios-das-relacoes-de-consumo/>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

FROTINI, Paulo Salvador. Cédula de Crédito Bancário: Análise do título criado pela Medida Provisória 1.925 (DOU 15. 10.1999 e reedições). **Revista de Direito Mercantil**. Ano XXXIX, p. 52-64, jul.-set. 2000.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do Consumidor: Código Comentado e Jurisprudência**. 5. ed. rev., ampl. e atual. pelas Leis 11.785/2008 e 11.800/2008, que alteram os arts. 33 e 54 do CDC. Rio de Janeiro: Impetus, 2009.

LUCCA, Newton de. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Quartier Latin, 2003.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: RT, 2010.

MARTINS, Fran. **Títulos de Crédito**. 15. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010.

MIRANDA, Maria Bernadete. **Curso teórico e prático dos títulos de crédito**. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

MONSALVE-CABALLERO, Vladimir; RODADO-BARRETO, Diana Paola. La integración de la buena fe objetiva en la etapa de formación de los contratos de consumo. **Instituto de Investigaciones Jurídicas**, 02 de agosto de 2010. Disponível em: <<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/vniver/cont/122/cnt/cnt16.pdf>>. Acesso em: 09 fev. 2015.

NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2000.

_____. **Curso de direito do consumidor: com exercícios**. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2008.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de direito civil: contratos**. 16. ed. rev. e atual. por Regis Fichtner. Rio de Janeiro: Forense, 2012. v. 3.

RIZZARDO, Arnaldo. **Títulos de Crédito**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

SANTOS, Theophilo Azeredo. Notas sobre a cédula de crédito bancário. **Revista de Direito Bancário do Mercado de Capitais e da Arbitragem**, ano 3, n. 8, p. 5-41, abr.-jun. 2000.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 3. ed. São Paulo: Método, 2014.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. Cédula de Crédito Bancário. **Revista de Direito Internacional e Econômico**, v. 2, n. 5, p. 86-95, out.-dez. 2003.

TOCCI, Mario. Il concetto di consumatore nella legislazione, nella giurisprudenza e nella dottrina. **Diritto & Diritti**, marzo 2004. Disponível em: <http://www.diritto.it/osservatori/diritto_italiano_dei_consumatori/posizione/pos_dottrina_01.html>. Acesso em: 10 fev. 2015.

VILELA GUGLINSKI, Vitor. O princípio da boa-fé como ponto de equilíbrio nas relações de consumo. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIV, n. 92, set. 2011. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10223>. Acesso em: 10 mar. 2015.

VIVANTE, Cesare. **Trattato di diritto commerciale**. 3. ed. Milano: Francesco Vallardi, 1914. v. III.