

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS**  
**Faculdade Mineira de Direito**  
**Curso de Graduação em Direito**

**A RECUSA DE CRÉDITO AO CONSUMO COM BASE NO  
MODELO *CREDIT SCORING*: uma análise à luz do Código de  
Defesa do Consumidor**

**Carlos de Oliveira Pires**

**Belo Horizonte**  
**2010**

**Carlos de Oliveira Pires**

**A RECUSA DE CRÉDITO AO CONSUMO COM BASE NO  
MODELO *CREDIT SCORING*: uma análise à luz do Código de  
Defesa do Consumidor**

**Monografia apresentada ao Curso de Direito da  
Pontifícia Universidade Católica de Minas  
Gerais, como requisito parcial para obtenção  
de título de Bacharel em Direito.**

**Orientador(a):**

**Belo Horizonte  
2010**

**Carlos de Oliveira Pires**

**A RECUSA DE CRÉDITO AO CONSUMO COM BASE NO  
MODELO *CREDIT SCORING*: uma análise à luz do Código de  
Defesa do Consumidor**

**Monografia apresentada ao Curso de Direito da  
Pontifícia Universidade Católica de Minas  
Gerais, como requisito parcial para obtenção  
de título de Bacharel em Direito.**

---

Orientador(a) – PUC Minas

---

Examinador (a)

---

Examinador (a)

**Belo Horizonte, 16 de Novembro de 2010**

Dedico este trabalho à minha mãe, “Leninha”, a quem amo incondicionalmente e sem a qual eu jamais poderia ter chegado até aqui.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, antes de tudo, a Deus, que por meio de sua graça capacitou-me e permitiu-me cumprir mais um objetivo de minha vida.

Aos meus pais que jamais hesitaram em me proporcionar as melhores condições para a realização deste sonho.

À minha noiva Érika, cuja atenção, carinho e estímulo foram indispensáveis para o meu êxito na conclusão deste trabalho.

Ao meu sogro Olavo e minha tia Naninha, que me estenderam as mãos nos momentos em que eu mais precisei.

*“Eu diria que a natureza da economia moderna foi substancialmente empobrecida pelo distanciamento crescente entre economia e ética.”* **Amartya Sen**

## RESUMO

O crédito direto ao consumidor tem crescido exponencialmente no Brasil, especialmente após o advento do Plano Real na década de 90. Diante deste cenário brasileiro de massificação do consumo, as instituições financeiras, aliadas aos recursos tecnológicos, tem introduzido sistemas cada vez mais eficientes de proteção contra o risco de inadimplência. O presente trabalho de caráter jurídico-exploratório e jurídico-projetivo abordou o sistema *Credit Scoring* como ferramenta de análise de crédito ao consumo. Seu objetivo foi analisar o referido sistema à luz do Código de Defesa do Consumidor no que compete à recusa de crédito à pessoa física. Buscou-se desta forma verificar a compatibilidade do modelo *Credit Scoring* com a sistemática consumerista, que impõe uma conduta negocial pautada na transparência, boa-fé, objetividade e clareza. A pesquisa identificou conflitos da natureza célere e simplificada do modelo *Credit Scoring*, com as normas e princípios básicos do Código de Defesa do Consumidor. Os resultados demonstraram que a carência de informações claras e objetivas ao consumidor ante a recusa de crédito pode violar princípios básicos da relação de consumo, cabendo, portanto, a adoção de novas posturas por parte do analista de crédito.

Palavras-chave: Análise de Crédito. Risco. Código de Defesa do Consumidor. Concessão de Crédito.

## LISTA DE ABREVIATURAS

**ADIN** – Ação Direta de Inconstitucionalidade

**BACEN** – Banco Central do Brasil

**CDC** – Código de Defesa do Consumidor

**CDL** – Câmara dos Dirigentes Lojistas

**CMN** – Conselho Monetário Nacional

**STJ** – Superior Tribunal de Justiça

**REsp** – Recurso Especial



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2. O CRÉDITO DIRETO AO CONSUMIDOR .....</b>	<b>12</b>
2.1 Características contratuais e obrigacionais.....	13
2.2 Princípios inerentes aos contratos de crédito .....	15
2.3 Os contratos de crédito e o Código de Defesa do Consumidor .....	17
2.4. A Boa-fé objetiva na fase pré-contratual de Crédito.....	20
<b>3. ANÁLISE E GESTÃO DO CRÉDITO AO CONSUMIDOR .....</b>	<b>23</b>
3.1 Análise Subjetiva de Crédito .....	24
3.2 Análise Objetiva de Crédito .....	27
3.3 O Banco Central e o Conselho Monetário Nacional como entidades reguladoras da concessão de crédito .....	28
<b>4. O MODELO <i>CREDIT SCORING</i> DE ANÁLISE DE CRÉDITO.....</b>	<b>30</b>
4.1 Conceito e características gerais .....	31
<b>5. O MODELO <i>CREDIT SCORING</i> À LUZ DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA .....</b>	<b>34</b>
5.1 O Princípio da transparência e o dever de informação ante a recusa de crédito	35
5.2 Uma análise de julgado recente no poder judiciário brasileiro .....	38
<b>6. CONCLUSÃO .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>42</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O crédito é, sem dúvida alguma, um dos elementos indispensáveis ao indivíduo social. Paulatinamente, desde os primórdios da prática comercial até os dias de atuais, o crédito se tornou a base de sustentação das atividades de produção e circulação de bens e serviços.

No que concerne à pessoa física, o crédito assumiu uma importância tal que não se pode, dentro da realidade socioeconômica brasileira, cogitar de uma vida digna sem recorrer ao crédito, como por exemplo, para aquisição de moradia, direito social explícito no art. 6º da Constituição da República.

Inseparável também da atividade creditícia é a relação de confiança como pressuposto motivador na concessão do crédito. Assim, é razoável esperar que o creditante se utilize de vários meios para aferir o risco de inadimplência a que está exposto, em relação àquele que pretenda consumir o crédito.

A partir do panorama do risco na concessão de crédito, surgem organismos como o SPC/SERASA, que aliados aos recursos tecnológicos atuais, mantêm bases de dados de pessoas inadimplentes no mercado, à disposição dos fornecedores de crédito para gerenciamento do risco de inadimplência.

A evolução dos métodos de análise e política de crédito fez surgir outros sistemas teoricamente mais eficientes do que a simples consulta de inadimplentes em bancos de dados.

O método *Credit Scoring* de análise de crédito, objeto do presente trabalho, é um sistema viabilizado pelo avanço tecnológico atual e consiste em muito mais do que a verificação de inadimplentes em banco de dados. Trata-se de um método capaz de traduzir em número ou pontuação, o risco de inadimplência de um pretendo consumidor de crédito, cujo resultado se processa a partir de inúmeras variáveis como renda, sexo, idade, estado civil, dentre outras. A partir do resultado em pontos, o fornecedor do crédito tem condições para decidir se autoriza ou não a sua concessão.

A presente pesquisa teve como objetivo geral analisar o fenômeno social do método *scoring* como ferramenta de análise de crédito às pessoas físicas. A análise consiste em verificar os aspectos de legalidade do modelo, a partir da legislação consumerista vigente, no que tange à recusa de crédito ao consumidor.

O problema a ser solucionado pela pesquisa se traduz na seguinte questão: O modelo *Credit scoring* é uma prática compatível com a legislação consumerista vigente no que tange à recusa do crédito?

Do ponto de vista metodológico, o trabalho assumiu um viés essencialmente jurídico-teórico, uma vez que se utilizou basicamente de análise conceitual e interpretativa das normas e institutos afins ao tema-problema.

Consequentemente adotou-se duas linhas de investigação. Em caráter acessório utilizou-se a linha jurídico-exploratória, consistindo em análises preliminares de institutos e elementos doutrinários concernentes ao tema-problema. Como linha principal assumiu-se a investigação jurídico-projetiva ou jurídico-prospectiva. Sob esta ótica procurou-se apontar as tendências na aplicação de princípios e dispositivos legais ao objeto do tema-problema, haja vista se tratar do fenômeno social consumerista relativamente recente no Brasil, de rara abordagem doutrinária e jurisprudencial.

O trabalho foi organizado basicamente em quatro tópicos centrais. O primeiro tópico denominado “O Crédito Direto ao Consumidor” aborda a natureza conceitual, obrigacional e contratual do crédito, trazendo as classificações e caracteres jurídicos que permeiam os respectivos contratos. O segundo tópico, “Análise e Gestão de Crédito ao Consumidor”, tem como objetivo analisar de modo exploratório os elementos básicos e gerais da concessão de crédito, considerando ainda o papel das instituições estatais no âmbito da regulação da política de crédito. O terceiro tópico, “O Modelo Credit Scoring de Análise de Crédito”, traz uma abordagem exploratória de aspectos fundantes do modelo *Credit scoring*, bem como suas características e conceitos inerentes. O quarto e último tópico denominado “O Modelo Credit Scoring à Luz da Legislação Consumerista”, presta-se a confrontar a ferramenta *Credit Scoring* com os institutos e normas presentes na legislação consumerista vigente, avaliando-se os aspectos de legalidade no que tange à recusa de crédito.

Espera-se que o presente trabalho possa contribuir de alguma forma para elucidar juridicamente as questões que envolvam o tema, bem como possa servir de estímulo a outras pesquisas na área.

## 2. O CRÉDITO DIRETO AO CONSUMIDOR

O Brasil, a partir da década de 90, experimentou um aumento vertiginoso da estabilidade econômica, sobretudo após o advento do Plano Real em Julho de 1994, marco inicial do declínio inflacionário.

Após o recém alcançado equilíbrio econômico e conseqüentemente da melhoria de renda no país, ampliou-se larga e gradativamente a oferta interna de crédito às pessoas físicas, a tal ponto que na atualidade este segmento já supera a oferta de crédito destinado às indústrias, segundo a Confederação Nacional da Indústria (2010).

Com relação às características do crédito à pessoa física, Schrickel (2000) destaca que há muitas diferenças em relação ao crédito concedido às pessoas jurídicas. Estes são realizados em pequenos volumes, de alto valor unitário mediante aprovação de crédito seletiva, enquanto aqueles são de grandes volumes, e baixo valor unitário, mediante aprovação de crédito massificada.

A função básica do crédito ao consumo é a satisfação de necessidades do consumidor, que se concretiza, mormente, na aquisição de bens ou serviços no mercado. Há por isso, inúmeras implicações que advém deste contexto. Em linhas gerais, é relevante destacar que o crédito desempenha um importante papel social. É por meio dele, por exemplo, que pessoas obtêm moradia, bens e alimentos (SILVA, 2006). O crédito ainda tem o poder de influenciar diretamente o mercado, favorecendo a circulação de riquezas e o aumento da demanda, uma vez que é elemento facilitador das vendas no comércio (SILVA, 2006).

Existem ainda os efeitos indesejáveis ou negativos da atividade creditícia. Ao passo que o crédito ao consumo estimula a demanda e as vendas, também se torna um poderoso fator agravante do processo inflacionário. Além disso, o uso indiscriminado e pouco criterioso do crédito pode levar ao endividamento de pessoas e empresas.

O banco é a instituição predominantemente responsável pela disponibilização de crédito no mercado. Constituindo-se como atividade principal, a instituição bancária realiza a captação de recursos de seus clientes aplicadores para disponibilizá-los aos clientes tomadores (SILVA, 2006), mediante serviços de empréstimo, abertura de crédito, conta corrente bancária, cartão de crédito,

financiamento e desconto bancário. Mas ante a atual sociedade de consumo, verifica-se que a concessão de crédito tem sido concretizada especialmente mediante parceria com estabelecimentos comerciais, quando do ato de aquisição de bens móveis pelo consumidor. Neste sentido a jurista Cláudia Lima Marques (2006) exemplifica:

*Assim, se um consumidor quer adquirir um bem móvel a prazo, a loja assegura para ele um financiamento através de uma empresa de crédito já localizada dentro da própria loja, o consumidor não se dá conta, mas passa a ser devedor da empresa financeira e não mais do comerciante.*

Desta forma, conclui-se a relevância e a dimensão que os contratos de concessão crédito tem assumido no âmbito social e econômico brasileiro, marcando presença em todas as práticas comerciais, especialmente a de natureza consumerista.

## **2.1 Características contratuais e obrigacionais**

O contrato de crédito, em linhas gerais, tem na qualidade de creditante as instituições financeiras, cuja obrigação principal é a concessão de crédito ao tomador. Desta forma, verifica-se que tal negócio jurídico tem como característica básica a obrigação de dar (RIZZARDO, 2003). Tal obrigação nasce ainda do simples consenso entre as partes, isto é, aperfeiçoa-se pela vontade independentemente de tradição (EFING, 2000).

O referido contrato é também comutativo, embora haja a presença do risco como elemento inerente ao crédito. Todavia, não obstante esta peculiar característica do crédito, não se está diante de um contrato de risco. Isto porque no ato da negociação já é possível para ambas as partes apreciarem a equivalência das obrigações inerentes, conhecendo de imediato as vantagens e riscos que o contrato comporta. Por isso diferencia-se dos contratos aleatórios, porque nestes não se pode medir o esforço que deverá ou não empreender, a depender de um evento futuro (AGUIAR JÚNIOR, 2003).

No que concerne aos deveres, o contrato de crédito é bilateral, sendo certo que dele emergem obrigações recíprocas entres as partes. Ao creditante caberá

uma obrigação presente que consiste em disponibilizar o crédito e ao tomador uma prestação futura, que consiste na restituição da parcela pecuniária utilizada acrescida de possíveis juros e comissões a que faz jus o credente (EFING, 2000).

Questionar-se-ia, em se tratando de relação de consumo, sobre a discricionariedade do credente em recusar crédito ao consumidor. Tal questão parece ganhar relevo especialmente a partir de uma superficial análise do Código de Defesa do Consumidor em seu art. 39, inciso IX:

*Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:*

*[...]*

*IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; (BRASIL, 1990)*

Porém, uma leitura detida do referido artigo permite concluir que o mesmo diz respeito à recusa de fornecimento de bens e serviços a quem se disponha a adquiri-lo, mediante pronto pagamento. Assim, tal contexto em nada se assemelha à relação creditícia, cuja natureza impõe ao ofertante do crédito um risco a ser assumido, já que conta tão somente com uma promessa futura de pagamento por parte do tomador. Somado a isso, vale destacar ainda que o contrato bilateral se aperfeiçoa com a vontade das partes. Por conclusão, não haveria falar em ilícito na recusa de crédito, desde que a recusa seja pautada em critérios objetivos. Este é ainda o entendimento de alguns tribunais (Rio de Janeiro, TJ. Ap. 11.812/2008, Rel. Des. Sérgio Cavalieri Filho, 2008):

*CONSUMIDOR. Negativa de Concessão de Crédito. Exercício Regular de Direito. Inocorrência de Prática Abusiva. A relação que se estabelece no momento da concessão do crédito, embora regida pelas regras protetivas do CDC, ocorre à similitude de qualquer contrato sinalagmático, sendo a vontade das partes requisito indispensável para a sua concretização. Constitui faculdade exclusiva do fornecedor, exercício regular do seu direito, a concessão de crédito ao consumidor, bem como a aceitação de cartão de crédito, pagamento com cheque (pré-datado ou não) e outras formas de pagamento. O CDC só reputa abusivo recusar o fornecedor a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento - art.39, IX. Logo, não está o fornecedor obrigado a aceitar nenhuma outra forma de pagamento que não seja à vista. Desprovisionamento do recurso.*

Devido ao caráter massificado que as concessões de crédito assumiram

atualmente, tendo em vista atender a demanda diária e incessante de consumidores, tais contratos são predominantemente de adesão. Em outras palavras, o credente elabora e padroniza o instrumento não permitindo a sua modificação ou ajustamento a interesse do pretense cliente, não restando para este nada mais além da sua simples adesão.

É absolutamente comum a celebração de contratos de créditos com pessoas físicas sob condições em que o tomador sequer lê suas cláusulas impressas, quer pela confiança que deposita na instituição, quer pela expectativa de mero adquirente de produto ou serviço que a sistemática consumerista cria para ele, alienando-o dos aspectos e formalidades inerentes a um contrato.

Não se pode perder de vista também o caráter personalíssimo do contrato de crédito. Trata-se, pois, de verdadeiro pressuposto para a constituição da relação contratual, uma vez que ao credente interessa conceder o crédito sob confiança na pessoa do tomador. Aliás, Rizzardo (2003) lembra que a palavra crédito origina-se do latim *credere*, isto é, confiança. Segundo Efig (2000), mesmo o crédito disponibilizado em favor de terceiro não altera o caráter personalíssimo do contrato, pois a obrigação de restituir continua sendo a do contratante.

## **2.2 Princípios inerentes aos contratos de crédito**

Os contratos de crédito se submetem a todos os princípios inerentes aos demais contratos. Porém, em razão da natureza e do contexto socioeconômico em que é exercida a referida atividade, verifica-se uma clara mitigação de certos princípios com a predominância do dirigismo contratual neste âmbito privado. Acrescenta-se ainda o fato de que, restando configurada a relação de consumo na atividade creditícia, há que se aplicar as normas e princípios protetivos elencados na legislação correspondente, a saber, o Código de Defesa do Consumidor, diante da existência de parte hipossuficiente na relação.

A autonomia da vontade é um dos princípios que sofre considerável limitação nos contratos de crédito. Como regra geral, é a necessidade do dinheiro que orienta a aquisição do crédito, fazendo com que muitas vezes o tomador aceite quaisquer condições impostas por via dos contratos de adesão, como juros abusivos e

encargos excessivamente onerosos. Antônio Carlos Efiging lembra oportunamente que a autonomia da vontade somente é verificada “na celebração de contratos paritários, desaparecendo completamente em muitos casos de contrato de adesão ou por adesão” (2000, p.94). Diante disso, o próprio poder judiciário já reconhece o peculiar contexto contratual do crédito e a necessidade de ser mitigada a autonomia da vontade, conforme esclarece o Ministro Ruy Rosado de Aguiar ao proferir voto em REsp. nº. 271.214/RS:

*O crédito tem sido objeto de constante regulação, porque todo o mundo sabe, e é fato histórico que qualquer manual sobre direito bancário revela, que a necessidade do dinheiro e a natural desigualdade entre as partes pode ensejar o estabelecimento de regras que favoreçam o fornecedor. Quando tudo é permitido e liberado, quando todos praticam as taxas elevadas que conhecemos - os exemplos acima são apenas exemplos e não os mais significativos - não há para o necessitado do dinheiro sequer a liberdade de escolha. Daí a exigência de um controle judicial nos casos que são objeto de processo. (BRASIL, 2003)*

Por conclusão, não há dúvidas de que a autonomia da vontade encontra várias limitações nas normas de ordem pública estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor, que sujeitam os contratos de crédito à revisão pelo poder judiciário, mediante simples vontade unilateral do contratante.

Quando ao aperfeiçoamento do negócio jurídico, predomina na relação creditícia o princípio do consensualismo, cujo contrato se perfaz pela simples manifestação de vontade das partes, como é regra geral para a maioria dos acordos bilaterais. Esclarece Efiging (2000, p. 94) que, ainda que a vontade negocial do tomador de crédito seja enfraquecida, por ocasião dos contratos de adesão, ele ainda obtém parcela do consensualismo, sendo que as demais condições poderão se sujeitar à livre revisão junto ao poder judiciário.

O princípio da obrigatoriedade do contrato vige com ressalvas nos contratos de crédito. A princípio o contrato deverá ser cumprido, sob pena de surgir para uma das partes o direito de intentar execução patrimonial contra o inadimplente a fim de seja satisfeita a obrigação, a menos que ocorra resilição bilateral ou a inadimplência se justifique por caso fortuito ou força maior, conforme disposto no art. 1058 do Código Civil. Ressalte-se a plena aplicabilidade do art. 46 conjuntamente com o art. 6º, inciso V do Código de Defesa do Consumidor, cujo teor permite ao magistrado modificar as cláusulas pactuadas, em virtude de circunstâncias excepcionais que impossibilitem a previsão de onerosidade excessiva no cumprimento da prestação



(EFING, 2000).

Já pelo princípio da relatividade dos efeitos do contrato, afirma-se que o acordo somente vinculará as partes que nele intervenha, não havendo benefício ou prejuízo de terceiros. Ocorre que por vezes, conforme esclarece Efing (2000, p.95) contratos de natureza bancária, a interesse do fornecedor as dívidas entre pessoas podem ser transferidas umas para as outras, como forma de aumentar as garantias, pelo que, impõe-se a obrigatória assunção do débito por terceiros, alheios ao contrato originalmente pactuado.

Quanto às obrigações acessórias dos contratos, cita-se com bastante pertinência a vigência dos princípios da lealdade e boa fé objetiva, que deve nortear todos os contratos, especialmente os de natureza consumerista, dado que a não observância de tais princípios ensejará inevitavelmente a revisão contratual.

### **2.3 Os contratos de crédito e o Código de Defesa do Consumidor**

Tradicionalmente, são as instituições financeiras as principais ofertantes do crédito no mercado, promovendo a sua industrialização a partir de recursos próprios ou de terceiros (RIZZARDO, 2003). A partir desta perspectiva, e considerando ainda a atividade creditícia voltada para pessoas físicas, é inevitável deparar-se com a aplicabilidade da legislação consumerista na referida relação jurídica.

O jurista Arnoldo Wald (2002) reputa como inconstitucional a incidência do Código de Defesa do Consumidor no âmbito do sistema financeiro nacional. Reafirma para tanto que há diferenças entre consumidor e cliente bancário, bem como se manifesta no sentido de que o crédito não é bem consumível, mas meio de consumo:

*[...] porque crédito não se consome: concedido, deve ser objeto de restituição ou de transferência, fluindo sempre enquanto perduram as poupanças formadas em moeda, transformando-se em capital físico quando investidos os recursos; e tampouco se consome moeda, que é como crédito meio bem intermediário nas trocas. Se, no curso das operações de crédito, parcela dele for desviada para um ato de consumo, essa parcela servirá de pagamento, em ato então submetido às normas da lei 8.78. (WALD, 2002, p.12)*

Não obstante tal entendimento, atualmente encontra-se pacificada tanto na

doutrina quanto na jurisprudência a plena aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor nas relações bancárias, e, portanto, nas relações que envolvam operações de crédito. Jurisprudencialmente, a matéria foi pacificada a partir do emblemático julgamento pelo Supremo Tribunal Federal da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 2.591, em Junho de 2006:

*EMENTA: CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. ART. 5º, XXXII, DA CB/88. ART. 170, V, DA CB/88. INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS. SUJEIÇÃO DELAS AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, EXCLUÍDAS DE SUA ABRANGÊNCIA A DEFINIÇÃO DO CUSTO DAS OPERAÇÕES ATIVAS E A REMUNERAÇÃO DAS OPERAÇÕES PASSIVAS PRATICADAS NA EXPLORAÇÃO DA INTERMEDIÇÃO DE DINHEIRO NA ECONOMIA [ART. 3º, § 2º, DO CDC]. MOEDA E TAXA DE JUROS. DEVER-PODER DO BANCO CENTRAL DO BRASIL. SUJEIÇÃO AO CÓDIGO CIVIL. 1. As instituições financeiras estão, todas elas, alcançadas pela incidência das normas veiculadas pelo Código de Defesa do Consumidor. 2. "Consumidor", para os efeitos do Código de Defesa do Consumidor, é toda pessoa física ou jurídica que utiliza, como destinatário final, atividade bancária, financeira e de crédito. 3. O preceito veiculado pelo art. 3º, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor deve ser interpretado em coerência com a Constituição, o que importa em que o custo das operações ativas e a remuneração das operações passivas praticadas por instituições financeiras na exploração da intermediação de dinheiro na economia estejam excluídas da sua abrangência [...] (BRASIL, 2006).*

Para fins de análise da aplicabilidade da legislação consumerista, é relevante considerar os aspectos que tangem o maior volume de contratos de concessão de crédito celebrados atualmente: Verifica-se neles um flagrante desequilíbrio das forças contratantes. Observa-se, em regra, que em um dos pólos figura uma instituição financeira que formula o contrato sem possibilidade de qualquer modificação e de outro, uma pessoa física que por urgência ou não, demanda a aquisição do crédito, cabendo-lhe aderir ou não as cláusulas estabelecidas, muitas vezes abusivas (MARQUES, 2006).

Além da flagrante hipossuficiência, verifica-se ainda em boa parte dos contratos de crédito a existência de vulnerabilidade entre as partes, de natureza técnica, jurídica ou fática. A vulnerabilidade jurídica é mais comum em contratos de crédito, pois é aquela que advém da falta de conhecimentos jurídicos, contábeis ou econômicos inerentes ao produto ou serviço (MARQUES, 2006). É o caso, por exemplo, em que o tomador do crédito ignora as taxas de juros legalmente praticáveis no mercado, além de outros encargos possivelmente abusivos.

Não se pode esquecer ainda a marcante presença da vulnerabilidade fática, constituída a partir do contexto socioeconômico da atividade creditícia: É que uma

pessoa só recorre ao contrato de crédito porque não pode consumir seus objetivos com o pequeno poder aquisitivo que tem, sendo necessário para isso recorrer ao que muito possui, para que obtenha tal benefício. Esta é, pois, uma relação de concreta subordinação do necessitado ao mais abastado.

A despeito das inequívocas características que evidenciam a relação de consumo no meio creditício, existem posições doutrinárias que sustentam a inaplicabilidade Código de Defesa do Consumidor, quando em um dos pólos do contrato figurar uma instituição financeira.

Segundo o Art. 2º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), *“Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.”* O CDC ao conceituar a figura do consumidor, coloca como condição o fato deste ser o destinatário final de produto ou serviço. Contudo, não é pacífico na doutrina a extensão ou alcance prático da expressão *“destinatário final”*, fazendo com que surjam inúmeras interpretações restringindo ou ampliando o conceito.

Nelson Nery Júnior citado por Rizzardo (2003, p.23), afirma que se o tomador do crédito utiliza-se do mesmo como destinatário final restaria configurada a relação de consumo. Se, todavia, ele recebe o crédito e o aliena, deixaria de ser destinatário final e, portanto, a relação não seria regulada pelo CDC.

Tal compreensão integra a corrente finalista, que na lição de Cláudia Lima Marques, se opõe à corrente maximalista (2006), no que concerne à definição e enquadramento do consumidor. Esclarece a eminente jurista que a corrente finalista possui caráter restritivo, uma vez que tem como premissa a certeza de que a base da proteção consumerista depende de um conceito puro e estrito de consumidor. Por conseguinte, a corrente maximalista, oferece um conceito mais amplo, ao considerar que o Código de Defesa do Consumidor é um conjunto de normas voltadas para o mercado de consumo e não propriamente para o consumidor não-profissional (MARQUES, 2006).

É de se destacar, contudo, que a corrente finalista aos poucos foi paulatinamente aderindo a certa flexibilidade do conceito estrito de consumidor, em prestígio aos aspectos teleológicos do art. 2º do CDC, passando a reconhecer, por exemplo, profissionais e pequenas empresas como análogos ao consumidor propriamente dito, dada a constatação de vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica dos mesmos (MARQUES, 2006).

A própria evolução jurisprudencial dos tribunais brasileiros tem apontado a necessidade de se verificar caso a caso, a configuração da relação de consumo, mitigando-se o apego ao estrito conceito de destinatário final. Esta nova perspectiva do Superior Tribunal de Justiça surgiu a partir do seguinte julgado (BRASIL, STJ. Resp. 716.877, Rel. Ari Pargendler, 2007):

*CIVIL. RELAÇÃO DE CONSUMO. DESTINATÁRIO FINAL. A expressão destinatário final, de que trata o art. 2º, caput, do Código de Defesa do Consumidor abrange quem adquire mercadorias para fins não econômicos, e também aqueles que, destinando-os a fins econômicos, enfrentam o mercado de consumo em condições de vulnerabilidade; espécie em que caminhoneiro reclama a proteção do Código de Defesa do Consumidor porque o veículo adquirido, utilizado para prestar serviços que lhe possibilitariam sua manutenção e a da família, apresentou defeitos de fabricação. Recurso especial não conhecido. (BRASIL, 2007)*

No que compete ao contexto creditício, assevera Arnaldo Rizzardo que, não obstante a clara divergência doutrinária em relação à figura do consumidor, faticamente o tomador de crédito tem como finalidade recorrente o seu uso como destinatário final, e por esta razão acaba se estabelecendo “*presunção hominis, júris tantum, de que se trata de relação de consumo*”, em outras palavras, o ônus de provar a inexistência de relação de consumo é do ofertante do crédito (2003, p.24).

Além disso, a atividade creditícia e bancária foram expressamente elencadas como possível âmbito de incidência do Código de Defesa do Consumidor, a teor do art. 3º, § 2º: “*Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista*”.

#### **2.4. A Boa-fé objetiva na fase pré-contratual de Crédito**

A boa-fé é ínsita a qualquer relação contratual que se constitua. Isto porque a confiança, a fidelidade e a lealdade são pressupostos de um acordo imaculado de vontades, que por sua vez é a base de um contrato por excelência. Nas palavras de Cláudia Lima Marques (2002): “*Boa-fé é um pensar refletido, é o pensar no outro, no mais fraco, no parceiro contratual, nas suas expectativas legítimas, é lealdade, é transparência, é informação, é cooperação, é cuidado, é visualização e respeito pelo*

outro”. Almeno de Sá (1998) esclarece ainda que “a boa-fé surge como um critério norteador de comportamentos, impondo às partes uma conduta que possa valorar-se como honesta, correcta e leal”. Em se tratando de um contrato de crédito a boa-fé é ainda mais relevante e evidente. E a razão não é outra senão pelo fato de que o crédito envolve essencialmente o aspecto da confiança, lealdade e fidelidade.

O princípio da boa-fé objetiva encontra-se positivado como cláusula geral no art. 4º do Código de Defesa do Consumidor, no art. 51 inciso IV, bem como nos arts. 113 e 187 do Código Civil, estes últimos também aplicáveis às relações consumeristas.

Como função, Cláudia Lima Marques (2002) e Judith Martins-Costa (2000) ensinam que a boa-fé objetiva cumpre basicamente três. É fonte de novos deveres especiais de conduta, também chamados de deveres anexos à obrigação principal pactuada, como o zelo, a cooperação e a informação. É ainda causa limitadora de direitos, quando exercidos em manifesto abuso mediante a estipulação de cláusulas contratuais abusivas que desequilibram as partes de um contrato. E por fim, a boa-fé possui uma função interpretativa dos contratos, servindo como a melhor linha de interpretação a ser seguida, para permitir uma visão total e real do contrato sob exame.

Em se tratando da fase pré-contratual da relação de consumo, poder-se-ia dizer que as partes ainda não se vinculam a quaisquer obrigações de natureza negocial. Todavia, nem por isso há de se concluir que as partes não se sujeitam aos deveres normativos impostos pelo do Código de Defesa do Consumidor aplicáveis às práticas comerciais. Além disso, assevera Junqueira de Azevedo (1996):

*[...] o pensamento, infelizmente, ainda muito difundido, de que somente a vontade das partes conduz o processo contratual, deve ser definitivamente afastado. É preciso que, na fase contratual, os candidatos a contratantes ajam, nas negociações preliminares e na declaração de oferta, com lealdade recíproca, dando informações necessárias, evitando criar expectativas que sabem destinadas ao fracasso, impedindo a revelação de dados obtidos em confiança, não realizando rupturas abruptas e inesperadas das conservações etc. [...]*

Portanto a boa-fé também é inerente à fase pré-negocial, haja vista que não orienta apenas o contrato de consumo propriamente dito, mas também serve como guia de práticas comerciais de fornecedores brasileiros (MARQUES, 2006). Isto porque o dever de boa fé na fase pré-contratual encontra guarida no Código de

Defesa do Consumidor, em seu art. 4º ao estabelecer que:

*Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios. (BRASIL, 1990)*

Uma leitura detida do referido artigo permite evidenciar que o código consumerista estabelece bases gerais para o mercado de consumo, pelo que a harmonia das relações de consumo torna-se, portanto, um dos pilares fundamentais da prática comercial. E na lição de Cláudia Lima Marques (2006) esta harmonia só será alcançada mediante a exigência de boa-fé também na fase pré-negocial entre fornecedor e consumidor.

Com relação às feições assumidas pela boa-fé na fase pré-contratual, Junqueira de Azevedo (1996) assinala que tal conduta se desdobra em quatro deveres principais. O primeiro deles é a lealdade, que consiste no dever mútuo de zelar pelo sigilo das informações obtidas. Há ainda o dever de colaboração, que impõe ao fornecedor o dever de informar com clareza ao pretense contratante o conteúdo do contrato. Em seguida, cita-se o dever de proteção que as partes devem se proporcionar mutuamente, prestando todo o auxílio e orientação necessária no momento do processo negocial. Por fim, cita-se o último dever que consiste em não se praticar a ruptura abusiva das negociações.

Por fim, constatada a existência do dever de boa-fé na fase pré-contratual das relações de consumo, é oportuno recordar que, enquanto dever legal a ser cumprido, não há dúvidas de que a violação da referida norma configura ilícito, que por sua vez pode ensejar responsabilidade civil, não apenas no âmbito material, mas também moral.

### 3. ANÁLISE E GESTÃO DO CRÉDITO AO CONSUMIDOR

Sob um sentido estrito, o crédito nada mais é do que a entrega ou disponibilização de um valor presente mediante uma promessa de pagamento futura. Desta forma, seja o objeto do contrato o empréstimo em dinheiro ou um bem financiado, se está diante de procedimento de risco. A *contrariu sensu* significa que o ofertante do crédito “*está comprando uma promessa de pagamento, pagando ao tomador um determinado valor, para, no futuro, receber um valor maior*” (SILVA, 2006).

Uma vez que o ofertante do crédito está diante de uma promessa de pagamento futura, ele está desta forma sujeito ao risco de não vê-la cumprida. Isto é, o tomador poderá não honrar aquilo que se comprometeu, seja por falta de idoneidade, pela sua imprudência ao gerir seus negócios ou por fatores inesperados como o falecimento, desemprego, doença etc. Neste ponto, o processo de decisão para concessão de crédito é inerente a qualquer indivíduo que se encontre sob o risco de sofrer potenciais prejuízos. Nas palavras de Schrickel (2000):

*Quando alguém nos pede algum objeto pessoal emprestado, e sem contar quando o pedido envolve, especificamente, dinheiro, todos nós, indistintamente, fazemos uma análise e decisão de crédito, mesmo por poucos segundos, sem utilizar de qualquer critério tido como mais técnico ou intuitivamente. É mais que certo que nos perguntaríamos: será que ele vai me devolver a coisa? Será que ele não vai quebrá-la? Posso confiar nele? Qualquer que seja, afinal, a decisão, este é um inequívoco processo de crédito, mesmo que simples e descomplicado.*

Constatada a presença de variáveis de risco inerente à concessão de crédito, será interesse do creditante submeter o pretense tomador a um completo processo de análise de crédito, para aferir o grau de risco a que está submetido (SILVA, 2006).

Para as instituições bancárias é especialmente relevante tal procedimento, uma vez que desta maneira preservará a qualidade de sua carteira de crédito, e conseqüentemente a sua segurança e solidez como instituição, frente aos seus acionistas e clientes depositantes. Além disso, proceder a uma análise criteriosa de crédito é, em última instância, assegurar a estabilidade macroeconômica do país, que poderia ser ameaçada por um alto índice de inadimplência no mercado, produto de uma concessão desordenada e indiscriminada de crédito.

Nas palavras de José Odálio dos Santos (2000) “o objetivo da análise de crédito é o de averiguar a compatibilidade do crédito solicitado com a capacidade financeira do cliente”. Trata-se, portanto, de procedimento crucial para a atividade bancária, mediante o qual serão aferidos os riscos inerentes a uma determinada proposta de concessão de crédito, que na lição de Schrickel (2000) significa:

*[...] evidenciar conclusões quanto à capacidade de repagamento do tomador e fazer recomendações relativas à melhor estruturação e tipo de empréstimo a conceder, à luz das necessidades financeiras do solicitante, dos riscos identificados e mantendo, adicionalmente, sob perspectiva, a maximização dos resultados da instituição.*

Schrickel (2000) identifica ainda que no processo de concessão de crédito existem basicamente três etapas distintas, quais sejam, a análise retrospectiva, a análise de tendências e a capacidade creditícia. A análise retrospectiva consiste em uma investigação histórica do pretense tomador de crédito. Trata-se, pois, de identificar fatores de risco no comportamento financeiro progresso do tomador do crédito, e o quanto estes fatores foram atenuados ou contornados no passado. Já a análise de tendências consiste em estabelecer projeções seguras das condições financeiras futuras do tomador do crédito, levando-se em conta ainda a capacidade do mesmo de “suportar certo nível de endividamento oneroso” (SCHRICKEL, 2000). Por fim, avaliado o tomador de crédito nas etapas anteriores, chega-se a uma conclusão sobre a sua capacidade creditícia, que embasará a decisão sobre a concessão do crédito e as condições desta concessão, tendo em vista sempre a proteção do ofertante do crédito contra eventuais prejuízos.

É importante ressaltar que, embora os instrumentos para análise de crédito variem, o objetivo e a lógica da análise de crédito são uma constante. Porém, a decisão enquanto resultado da análise realizada será tanto melhor quanto for a qualidade das informações disponíveis (SCHRICKEL, 2000).

### **3.1 Análise Subjetiva de Crédito**

A concessão de crédito pode se basear em uma análise subjetiva ou julgamental (SILVA, 2006). Trata-se de uma análise que embasa decisões individuais



no que se refere a concessão ou não do crédito (SANTOS, 2000).

A análise subjetiva consiste no juízo ou sensibilidade de um analista ou gestor de crédito, mediante as experiências creditícias internas com o tomador, bem como as suas restrições em bancos de dados e seu comportamento financeiro no mercado. Além disso, consideram outros parâmetros como “*a atividade profissional do indivíduo, a sua estabilidade, renda e solidez da empresa empregadora*” (SILVA, 2006).

As informações que embasam uma análise subjetiva de crédito, conforme ensina José Odílio dos Santos, são tradicionalmente conhecida como “C’s do Crédito”, a saber: Caráter, Capacidade, Capital, Colateral e Condições (SANTOS 2000).

O caráter diz respeito à idoneidade do tomador de crédito. Trata-se de aferir as intenções do tomador, isto é, “*o seu animus de devolver a coisa após decorrido o prazo convencionado pelas partes*” (SCHRICKEL, 2000).

Para levantamento de dados sobre o caráter do pretense tomador de crédito, faz se necessário recorrer às fontes comuns de pesquisa como: Os relatórios gerenciais de acompanhamento de risco, banco de dados de serviços de proteção ao crédito, referências bancárias e comerciais colhidas junto a outros concessionores de crédito. Conclui-se, portanto, que a investigação do caráter se baseia essencialmente no histórico e no comportamento progresso do pretense tomador de crédito, no mercado.

Basicamente, o procedimento inicial para análise de caráter é o colhimento de informações do cliente, mediante ficha cadastral a ser preenchida com dados pessoais tais como nome, endereço, profissão e renda etc. Cabe ao ofertante do crédito extrair o máximo de informações possíveis do pretense tomador. Nas palavras de Schrickel (2000):

*Ele deve reunir o máximo que possa sobre sua cultura, seus hábitos, maneira de vida, hobbies e passatempos, suas associações no universo cultural e profissional, ambições e posturas éticas familiares, seu profissionalismo e honestidade e tudo o mais que o convença (o prestador) de que o tomador tem e terá sempre a honesta intenção de saldar suas obrigações, quaisquer que sejam os eventuais impedimentos ou constrangimentos de momento.*

Schrickel (2000) destaca ainda, que o caráter não se restringe aos aspectos individuais e pessoais do tomador de crédito. É relevante aferir o caráter de maneira

mais ampla, tendo em vista o grupo social do indivíduo, a nação ou região da qual se origina, de modo que as decisões de crédito com base no caráter devem levar em consideração a integridade ética dos grupos nos quais o tomador se insere.

A capacidade, por sua vez, diz respeito à habilidade do tomador de crédito para administração de suas riquezas e sua aptidão para a conversão de negócio em renda ou receita (SANTOS, 2000). É também finalidade essencial verificar a compatibilidade do empréstimo realizado com a capacidade financeira do tomador.

O caráter e a capacidade estão intrinsecamente relacionados, já que a vontade de adimplir a obrigação perderá sua essência, caso esta não esteja acompanhada da efetiva capacidade de adimplir (SCHRICKEL, 2000). Para avaliar a capacidade, o ofertante do crédito deve colher informações como a idade, grau de escolaridade, formação acadêmica e êxito profissional do pretendo tomador.

O capital é outra variável apta a embasar a análise subjetiva de crédito. Consiste na aferição da situação financeira, econômica e patrimonial do tomador de crédito, em seus aspectos quantitativos e qualitativos.

Importa destacar que esta variável não é muito utilizada na análise de crédito de pessoas físicas. Isso se deve ao fato de que, diferentemente das pessoas jurídicas, as pessoas físicas tem maior facilidade de “*manipular ou omitir informações financeiras com o propósito de obterem aprovação em suas propostas de crédito*” (SANTOS, 2000). Contudo cita-se, por exemplo, a declaração do imposto de renda do indivíduo, como uma das poucas fontes fiáveis para a aferição de capital de pessoa física.

Outro critério para avaliação subjetiva de crédito são as condições. As condições dizem respeito ao cenário micro e macroeconômico no qual o tomador de crédito está inserido (SCHRICKEL, 2000). Consiste na análise de impactos de fatores externos sobre a renda do indivíduo tais como crises econômicas, recessões e aumento nas taxas de desemprego. Neste caso o ofertante do crédito estará tão disposto a concedê-lo quanto mais estável e crescente seja o quadro econômico do país onde o tomador de crédito se situa.

Por fim, elenca-se como último critério de análise subjetiva de crédito o fator colateral. O colateral significa um fator de garantia e está associado à riqueza patrimonial da pessoa física, que se constitui por bens móveis e imóveis. Embora o patrimônio do indivíduo não tenha qualquer influência sobre a concessão de crédito, ele se constitui como garantia, para o caso de perda da fonte primária de

pagamento. O ofertante de crédito em último caso poderá promover execução em juízo com o fim de assegurar o cumprimento da obrigação. Neste sentido, o colateral oferece mais segurança ao ofertante do crédito, quanto a eventuais alterações de capacidade, capital e condições do tomador de crédito (SCHRICHEL, 2000).

### **3.2 Análise Objetiva de Crédito**

O progresso tecnológico e informático nas últimas décadas viabilizou técnicas estatísticas avançadas para análise de crédito, de tal maneira que atualmente é o mais importante suporte para tomada de decisões ante ao enorme volume de propostas de crédito, advindas especialmente de pessoas físicas (SANTOS, 2000).

Através de uma infraestrutura informatizada, é possível executar a denominada análise objetiva de crédito, que consiste na obtenção de resultados estatísticos, por meios de avançados cálculos que tomam como base em inúmeras variáveis de risco tais como idade, profissão, renda, existência de moradia própria, dentre outros.

Os resultados destes cálculos, por conseguinte, se traduzem em um número capaz de sumarizar o perfil de crédito de determinado tomador. A soma das pontuações atingidas pelos tomadores de crédito de uma carteira permite que se determine uma média relacionada a determinado nível de risco (SANTOS, 2000). A partir desta informação, o ofertante de crédito estabelece uma pontuação mínima para a concessão de crédito, isto é, o nível de risco que ele está disposto a assumir em suas operações. Esta pontuação mínima é denominada ponto de corte. Assim, se um determinado tomador de crédito atinge uma pontuação superior ao nível de corte, sua proposta de crédito terá a aprovação recomendada. Por outro lado, não será recomendada a concessão de crédito mediante uma pontuação aquém do ponto de corte.

Destaca-se ainda, que há uma variedade sistemas estatísticos para análise objetiva do crédito, como por exemplo, o *Credit Scoring* e o *Behavior Scoring*.

### 3.3 O Banco Central e o Conselho Monetário Nacional como entidades reguladoras da concessão de crédito

As instituições bancárias se sujeitam ao controle estatal, uma vez que exercem atividades de relevante interesse público, somando-se ainda o fato de que o desempenho de suas funções afeta substancialmente a economia nacional como um todo. A partir desta perspectiva, o sistema bancário brasileiro historicamente se submete ao controle estatal desde 1921, com a edição do Decreto nº 14.728 de 16 de Março. Sucessivamente outros decretos viriam regular a matéria, como o Decreto-lei nº 7.923 de 1945 e Decreto-lei nº 9.140 de 1946 (ABRÃO, 2005). Por fim, editou-se a Lei nº 4.595 de 1964, atualmente em vigor, que não somente regula a relação bancária e creditícia como institui o Banco Central do Brasil e o Conselho Monetário Internacional.

O Conselho Monetário Nacional é um órgão cuja função precípua é a fixação de diretrizes político-financeiras e normas concernentes às operações monetárias, creditícias e cambiais das instituições financeiras do país. (SILVA, 2006).

No que concerne à política de crédito no Brasil, o Conselho Monetário Nacional, no âmbito de suas atribuições dadas pelo art. 4º incisos V e VI da Lei 4.595 de 1964, estabeleceu normas para a concessão de crédito, especialmente aquele destinado à pessoa física. Dentre elas, cita-se em especial a Resolução CMN nº 1.559 de 1988, que em seu item V dispensou a obrigatoriedade da alienação fiduciária dos bens financiados ao consumidor, até então exigida pelo item IV da resolução nº 45 de 1966. A partir daí, a concessão de crédito mediante financiamento pôde se submeter a critérios alternativos, bastando que as instituições adotassem procedimentos para minimização de riscos. Adiante, em seu item IX, a resolução reitera ainda que as instituições financeiras, em suas operações, inclusive de crédito, atendam aos princípios da seletividade, garantia, liquidez e diversificação de riscos. Vedou, por fim, a realização de *“operações com clientes que possuam restrições cadastrais ou sem ficha cadastral atualizada”* (CONSELHO MONETÁRIO NACIONAL, 1988). Conclui-se, portanto, que é de grande interesse social e governamental que as instituições bancárias concedam o crédito mediante ponderados critérios para minimização do risco, haja vista o impacto que a concessão de crédito indiscriminada e desarrazoada pode trazer à economia

nacional.

O Banco Central do Brasil, por sua vez, é uma autarquia federal que desde a edição da Lei 4.595 de 1964 passou a assumir inúmeras competências de natureza executiva no âmbito financeiro. O art.10 da referida lei assinala que *“competete privativamente ao Banco Central da República do Brasil: IX - Exercer a fiscalização das instituições financeiras e aplicar as penalidades previstas”*. Assim, o Banco Central tem, dentre outras competências, cumprir e fazer cumprir as normas estabelecidas pelo Conselho Monetário Nacional no âmbito financeiro. A partir disso conclui-se que mesmo antes do advento do Código de Defesa do Consumidor o Banco Central já desempenhava a tarefa de policiar as instituições financeiras, com liberdade para aplicação de penalidades contra abusos e violação de normas (EFING, 2000).

#### 4. O MODELO *CREDIT SCORING* DE ANÁLISE DE CRÉDITO

Conforme já se pontuou, a análise de crédito é um procedimento de enorme relevância, e ao mesmo tempo de grande complexidade. Aferir riscos demanda um procedimento minucioso de investigação, já que a análise superficial acabaria por expor o ofertante de crédito a grandes riscos de inadimplência. Diante de um contexto massificado da demanda creditícia, pode ser inviável realizar uma análise subjetiva aprofundada sobre os pretensos tomadores de crédito. Assim, a análise estatística de crédito aliada aos recursos tecnológicos acaba por se tornar uma das poucas alternativas de concessão relativamente segura do crédito, em um cenário de alto volume de operações diárias.

O sistema *Credit Scoring* é, portanto, um recurso voltado para análise estatística e objetiva dos riscos de concessão de crédito a um pretenso tomador. É um método especialmente útil para oferecer respostas rápidas e seguras às instituições financeiras, diante do alto volume de propostas de crédito apresentadas pelos clientes, sobretudo o crédito destinado ao consumo por pessoas físicas.

No Brasil, o *Credit Scoring* passou a ser largamente utilizado para análise de crédito direto ao consumo, nas mais diversas modalidades. A Câmara dos Dirigentes Lojistas de Porto Alegre é uma das instituições que oferecem o serviço à rede de comércio, por meio de seu serviço denominado “*Crediscore*”. Cita-se a propósito, um texto publicitário da CDL que anuncia a ferramenta:

*O Crediscore é um serviço de análise de risco que utiliza alta tecnologia e tem como objetivo auxiliar a empresa associada na tomada de decisão para a concessão de crédito com maior segurança, a partir de parâmetros e da política de crédito definidos pela usuária. A análise de crédito é feita individualmente para cada operação, pois depende dos dados fornecidos pela associada no momento da realização do negócio. (CDL, 2010)*

Saliente-se que a ferramenta *Credit Scoring* não é algo recente. Trata-se de um sistema largamente utilizado tanto no exterior quanto no Brasil, especialmente por instituições bancárias e seguradoras, a fim de se efetuar a classificação de empresas e indústrias tomadoras de crédito. Contudo, reputa-se como relativamente recente no Brasil a aplicação do referido modelo no que concerne ao fornecimento de crédito às pessoas físicas.

#### 4.1 Conceito e características gerais

Nas palavras de José Odílio dos Santos (2000), *Credit Scoring* ou pontuação de crédito:

*[...] é um instrumento estatístico desenvolvido para que o analista avalie a probabilidade de que determinado solicitante de empréstimo venha a ser um mau pagador no futuro. O sistema consiste em proceder de acordo com uma fórmula para avaliação de cada solicitação de crédito, levando em conta um conjunto de características que a experiência de cada banco tem evidenciado como relevantes na previsão de reembolso.*

Conforme já abordado anteriormente, os riscos da concessão de crédito podem ser inferidos de certos elementos socioeconômicos. Muitas são as variáveis a se extrair a partir de dados cadastrais, financeiros, patrimoniais e de idoneidade do indivíduo (SANTOS, 2007). A título de exemplo, deduz-se que a probabilidade de inadimplência pode ser maior em relação a um indivíduo desempregado se comparado a um servidor público que goza de estabilidade em seu cargo. Infere-se ainda, que o risco de prejuízos é mais evidente quando o tomador de crédito não possui bens, do que na hipótese em que ele é proprietário de bem imóvel.

Partindo da referida análise subjetiva de crédito, mediante colhimento de todos os dados pessoais do pretense cliente que possa se traduzir em riscos de inadimplência, pode-se proceder a um cálculo que revele estatisticamente o grau de risco que envolve a proposta de crédito apresentada.

O sistema de *Credit Scoring*, portanto, consiste em um modelo estatístico de avaliação, que traduz objetivamente em números ou pontuação, o grau de risco a que o ofertante de crédito está submetido, a partir da submissão de dados pessoais do pretense tomador de crédito a um cálculo. Trata-se, portanto, de um sistema que se utiliza do suporte computacional para processar os cálculos e apontar os resultados de maneira numérica e simplificada. Saliente-se que o modelo *Credit Scoring* pode abrigar um número infinito de variáveis para o procedimento de análise.

Para composição da fórmula a ser submetida ao sistema, os Bancos selecionam as principais informações cadastrais dos clientes, e em seguida, atribuem-lhes pesos ou ponderações de acordo com a importância destacada em suas políticas internas de crédito (SANTOS, 2007). Assim, a discricionariedade do

gestor reputará valores conforme exemplifica o quadro 1 a seguir:

<b>Variáveis de Risco</b>	<b>Peso atribuído</b>
Possui casa própria	5
Moradia de aluguel	2
Mais de um ano empregado	3
Menos de um ano empregado	1
Desempregado	0

**Quadro 1: Exemplo de atribuição de pesos a variáveis de risco**

Definidas as estratégias e o modelo de avaliação de crédito, o analista submeterá os dados pessoais do pretense tomador de crédito ao sistema de análise estatística. A soma das pontuações atingidas por diversos tomadores de crédito permite chegar a uma pontuação média, que reflete um determinado nível de risco. A partir desta informação, a instituição de crédito poderá definir um patamar mínimo de risco aceitável, que se denominará o ponto de corte. A propósito, verifica-se um quadro exemplificativo a seguir:

<b>Intervalo de Escoragem</b>	<b>Decisão de Crédito</b>
25 pontos ou menos	Crédito Recusado
26 – 30 pontos	Aprovar Crédito até R\$ 500,00
31 – 36 pontos	Aprovar Crédito até R\$ 1200,00
34 – 39 pontos	Aprovar Crédito até R\$ 2500,00
40 – 42 pontos	Aprovar Crédito até R\$ 3000,00

**Quadro 2: Decisão hipotética de crédito em função da pontuação alcançada**

Conforme quadro 2, o corte de crédito foi estabelecido aos vinte e cinco pontos, consistindo em um patamar mínimo de risco no qual a instituição de crédito estaria disposta a assumir. Conforme esclarece José Odálio dos Santos (2000), tomadores que atingem pontuações inferiores ao ponto de corte não representariam necessariamente uma concessão de crédito de alto risco. O ponto de corte nada mais é do que um critério político adotado pela instituição de crédito, a partir de sua própria experiência para o que seja “bom” ou “mau” pagador. Todavia, a delimitação do ponto de corte muito alto acarretaria a perda de negócio além de desgastes com clientes e um ponto de corte muito baixo consiste em considerar um cliente ruim em um cliente bom, o que elevará a inadimplência junto à instituição (SANTOS, 2006).



O sistema *Credit Scoring* pode ser utilizado sob um modelo genérico ou customizado (SANTOS, 2006). Os modelos genéricos consistem em modelos pré-estabelecidos e baseados na experiência de vários credores.

## 5. O MODELO *CREDIT SCORING* À LUZ DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA

A análise objetiva de crédito, conforme já explicitado, é realizada atualmente a partir do suporte informático, por ser meio hábil a efetuar uma análise rápida e relativamente precisa das variáveis de risco. O alto volume de proposta de crédito ao consumo submetido à análise impõe ao analista de crédito uma conduta automatizada e pragmática de decisão, o que acaba por trazer inúmeras implicações no âmbito consumerista.

Uma análise detida do modelo *Credit Scoring* de análise de crédito nos permite extrair duas relevantes implicações no que concerne aos direitos do consumidor. A primeira delas surge na hipótese do sistema utilizar informações constantes de bancos de dados eletrônicos, a fim de considerá-las como variáveis de risco para análise de crédito. Conforme já abordado, o modelo *Credit Scoring* traz um conjunto de variáveis de risco pré-definidas, que são alimentadas a partir de informações pessoais do pretense tomador de crédito. Tais informações são, via de regra, prestadas pessoalmente pelo demandante do crédito, através de formulários. Todavia, é cada vez mais comum que o sistema também se utilize de informações constantes em bancos de dados eletrônicos, sejam internos da própria instituição, sejam bancos de dados públicos ou compartilhados por várias instituições de crédito.

Esta nova perspectiva de análise objetiva de crédito, a partir de informações pessoais em bancos de dados, permite questionar se neste caso o modelo *Credit Scoring* também se submeteria às normas atinentes aos bancos de dados, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor.

A segunda implicação relevante reside nas condições em que a proposta de crédito ao consumidor é recusada, tomando-se como critério a pontuação alcançada por ele junto ao sistema. Conforme já observado, o modelo *Credit Scoring* pode assumir centenas de variáveis de risco, cada qual com maior ou menor peso conforme a conveniência da instituição de crédito. A partir deste cenário, torna-se dificultoso informar ao consumidor a verdadeira razão pela qual o crédito estaria sendo negado. Desta maneira, é bastante comum que o consumidor ao questionar a razão pela qual teve seu crédito negado, receba apenas a informação de que o mesmo não se encaixou no perfil de cliente exigido pela instituição ou que o mesmo não alcançou a pontuação exigida para a concessão do crédito. Diante disso,

questiona-se se tais informações são de fato suficientemente claras e objetivas, hábeis a desincumbir o fornecedor do seu dever de prestar informações claras e objetivas, a teor do disposto no Código de Defesa do Consumidor.

### **5.1 O Princípio da transparência e o dever de informação ante a recusa de crédito**

O modelo *Credit Scoring* de análise de crédito, conforme já abordado, é um meio que possibilita ao gestor de crédito tomar decisões rápidas, ante ao grande volume de propostas de crédito submetidas. Para tanto, o resultado da análise estatística se traduz em um *score* ou pontuação de crédito, servindo como subsídio relativamente seguro para uma tomada de decisão.

Verifica-se ainda, que a concessão de crédito é um exercício discricionário do seu gestor, constituindo-se com um direito, de modo que não há falar-se em obrigatoriedade de contratar, mesmo sob a égide do Código de Defesa do Consumidor. Sobre esta questão assinala Almeno de Sá (1998):

*As relações entre banqueiro e cliente regem-se basicamente pelo princípio da autonomia privada e não pela obediência a uma lógica publicística, capaz de impor, sem mais, obrigações de contratar. Numa economia de mercado como a nossa, o ponto de partida é o de que o dever de conceder crédito se apresenta como estranho ao estatuto da empresa bancária, não podendo, por isso mesmo, compelir-se o banqueiro a assumir situações de risco, a não ser que exista uma expressa obrigação legal. Não se reconhece, pois, nem aos particulares nem às empresas, um direito ao crédito.*

A recusa de crédito, todavia, quando pautada exclusivamente na pontuação alcançada pelo cliente, traz inúmeras implicações sob o ponto de vista da boa fé objetiva, quanto ao dever de informar com clareza e transparência. Isto porque, no caso do modelo *Credit Scoring*, a informação repassada ao pretendo tomador de que o mesmo não atingiu a pontuação mínima para a sua concessão não é propriamente a real e objetiva razão da recusa. Não se poderia confundir as variáveis de risco, portadoras dos reais critérios de concessão do crédito, com a pontuação obtida por meio do cálculo estatístico. A pontuação alcançada nada mais é do que uma espécie de virtualização dos critérios que levaram à recusa do crédito.

Não se pode negar que a tendência doutrinária atual, influenciada pelo pensamento de proteção ao consumidor, caminha no sentido de confirmar cada vez mais o dever de informar, como aspecto inerente ao negócio jurídico (SÁ, 1998). Se por um lado a recusa de crédito por parte de seu ofertante é um regular exercício de direito, por outro, é preciso que se identifique o real limite deste direito, imposto pelo dever de estabelecer critérios objetivos, claros e lícitos para a concessão do crédito, como regra de boa fé-objetiva.

A boa-fé objetiva se estabelece como regra no âmbito das obrigações. Sobre tais circunstâncias, é preciso atentar-se para a atual conjuntura do paradigma obrigacional, a saber, o fato de que o contrato não se rege sob a clássica teoria contratual, que afirmava a plenitude da autonomia da vontade (MARTINS-COSTA, 2000). Uma vez que se perfaz como mediante cooperação, e ainda como um instrumento de relações econômicas, conclui Judith Martins-Costa (2000) “*que o contrato, qualquer que seja, de direito público ou privado, é informado pela função social que lhe é atribuída pelo ordenamento jurídico [...]*”. Sob a atual perspectiva contratual, a boa-fé se traduz em uma norma que não admite condutas incompatíveis com o dever de lealdade, cooperação e transparência. Por conclusão, verifica-se que a boa-fé tem o condão de limitar o exercício de direitos, cuja extensão se submeterá à função social do contrato.

No que concerne especialmente ao âmbito consumerista, a boa-fé encontra-se claramente positivada no art. 4º como cláusula geral, bem como no art. 51, inciso IV. Particularmente no art. 51 verifica-se no §1º, inciso I em que “*Presume-se exagerada, entre outros casos, a vontade que: I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence [...]*” (BRASIL, 1990). O referido trecho reitera sobremaneira que a vontade contratual encontra limitações nos princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor. Assim, há que se concluir sobre o inequívoco dever do ofertante do crédito, a despeito do exercício discricionário de recusa do mesmo, informar objetivamente e com transparência o motivo da recusa, a teor do art. 6º, inciso III e art. 30 do CDC. Em outras palavras, é dever do ofertante do crédito estabelecer critérios objetivos e claros que embasam a sua concessão, e no ato da recusa, informar o consumidor com precisão, quais foram os motivos que levaram à recusa do crédito. Nas palavras de SCHRICKEL (2000):

*Tendo uma necessidade real de financiamento, seja este maior ou menor*

*em termos de montante, e mais ou menos premente no tempo, qualquer pleiteante de crédito necessita de uma resposta clara da instituição para, a partir daí, poder posicionar-se adequada e objetivamente.*

Do ponto de vista jurisprudencial, há vários julgados no judiciário brasileiro que apontam no sentido do inequívoco dever de prestar informação clara sobre a recusa do crédito:

*JUIZADOS ESPECIAIS. PROCESSO CIVIL. RELAÇÃO DE CONSUMO. RECUSA INJUSTIFICADA NO FORNECIMENTO DO CRÉDITO. DEVER DE INFORMAR. DANO MORAL DEVIDO. RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO.*

*1. Os fornecedores possuem obrigação de informar os consumidores sobre a recusa na concessão de crédito. Deve haver uma recusa fundamentada da razão da negativa no fornecimento de crédito. A obrigação decorre de imposição prevista nos arts. 6º, III e 30, do CDC.*

*2. Correta a decisão da juíza a quo, que condena a recorrente na reparação por dano moral diante da frustração injustificada sofrida pela recorrida, impedida por duas vezes, na concessão de crédito, sem sequer ter acesso aos motivos pela recusa do mesmo [...] (Distrito Federal, 2010)*

Cita-se ainda:

*REPARAÇÃO DE DANOS MORAIS. NEGATIVA DE CONCESSÃO DE CRÉDITO. RECUSA INJUSTIFICADA. ABUSIVIDADE DA CONDUTA DA FORNECEDORA, SUBMETENDO O CONSUMIDOR À SITUAÇÃO CONSTRANGEDORA. Não se questiona que, em se tratando de concessão de crédito, à fornecedora é dado estipular os limites de tal concessão, de acordo com critérios objetivos e previamente estabelecidos. Todavia, caso a negativa de concessão de crédito se dê em infundadas justificativas, revela-se abusiva [...] (RIO GRANDE DO SUL, 2008)*

O dever de informação clara e objetiva sobre a recusa de crédito assume uma relevância tal que já se tornou objeto de lei estadual, a saber, a lei estadual nº 2.868 de Dezembro de 1997, editada pelo poder legislativo do Rio de Janeiro. A propósito cita-se seu art. 1º:

*Art. 1º - Ficam as empresas comerciais, industriais e as prestadoras de serviço, inclusive as de natureza bancária, financeira e de crédito, sediadas no âmbito do Estado do Rio de Janeiro e que promovem vendas a crédito, serviços a crédito ou serviços de crédito, obrigadas a fornecer as razões das negativas ou indeferimentos de financiamentos, por escrito, em documento hábil, emitido em papel timbrado da empresa.*

Salienta por fim, que a atividade bancária cuja essência é a concessão de crédito, constitui, na lição de Arnoldo Wald (2002), um serviço de inegável interesse público, o que só viria a justificar a mitigação da autonomia da vontade dos bancos

em face da boa-fé, enquanto norma de ordem pública. Neste sentido assevera Almeno de Sá (1998):

*Que a actividade bancária deve orientar-se pelas regras gerais do direito privado, não sendo, por isso, correcto submetê-la a especiais ônus ou responsabilidades de tipo publicístico, é idéia que hoje praticamente ninguém põe em causa, sobretudo depois de questionada a tese, com alguma voga em França, há alguns anos atrás, segundo a qual a banca desempenharia uma missão de serviço público.*

## 5.2 Uma análise de julgado recente no poder judiciário brasileiro

A aplicação do modelo *Credit Scoring* como critério de avaliação de crédito ao consumidor tem sido objeto de recentes litígios no Brasil. Para fins de análise, cita-se processo 001/1.09.0233781-9, julgado pelo poder judiciário do Rio Grande do Sul. A ação declaratória cumulada com pedidos de danos morais foi movida por Carla de Deus Vieira em face da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Porto Alegre e da Companhia Zaffari Bourbon.

Em petição inicial, a autora alegou que teve sua proposta de crédito recusada pela Companhia Zaffari Bourbon, recebendo como motivo o fato de não ter alcançado a pontuação mínima exigida para a aprovação do referido crédito. A autora relata ainda que, diante de obscura informação, procurou a CDL, responsável por comercializar o serviço *Crediscare* de avaliação de crédito aos estabelecimentos comerciais, mas esta se recusou a oferecer maiores detalhes sobre o motivo de tal negativa.

Posteriormente, a autora alegou ter descoberto que o serviço de pontuação de crédito oferecido pela CDL utilizava-se de banco de dados contendo suas informações pessoais, sem sua prévia ciência ou autorização, conforme o Código de Defesa do Consumidor.

A primeira ré CDL, citada, arguiu falta de interesse processual da autora, postulando que a mesma não juntou aos autos qualquer comprovante de existência negativação de seu nome. No mérito a ré afirmou a legalidade do modelo *credit scoring* de avaliação de crédito, sustentando ainda que o serviço não se utiliza de banco de dados, mas consiste apenas em um mero sistema de análise estatística. Declarou ainda, que o resultado da análise de crédito indicada pelo sistema não vincula o

ofertante do crédito, cabendo ao mesmo a total discricionariedade sobre decisão em concedê-lo ou não.

Por sua vez, a segunda ré, Companhia Zaffari Bourbon, também apresentou contestação, arguindo ilegitimidade passiva sob o argumento de que a responsável pela negativa alegando no mérito que a referida empresa tem o direito de estabelecer critérios para a concessão de crédito, alegando que a recusa se devia ao fato de que a autora já possuiu cartão de crédito junto a ela, mas pagou duas faturas em atraso. Afirmou ainda que o serviço de pontuação de crédito era um recurso interno da própria empresa, não sendo prestado pela CDL.

Como réplica, a autora aduziu que sua tentativa de adquirir crédito foi frustrada por diversas vezes em várias instituições e que o modelo avaliativo de pontuação de crédito não utiliza critérios objetivos e sim subjetivos, ocultos ao consumidor.

Na fundamentação, o juiz da causa entendeu que havia duas postulações distintas da autora, que ensejavam responsabilidades distintas entre a CDL e a companhia Zaffari Bourbon. A primeira postulação dizia respeito ao fato da companhia Zaffari Bourbon haver negado crédito à autora, mediante critérios subjetivos. A segunda postulação dizia respeito ao sistema de pontuação de crédito provido pela CDL, que também se utilizaria de parâmetros obscuros para recomendar ou não um cliente às empresas usuárias do serviço.

Quanto à responsabilidade da Companhia Zaffari Bourbon, verificou-se que a referida empresa optou por recusar o crédito à autora, mas deixou de informar os motivos que embasaram tal decisão. Não haveria por óbvio, segundo o juiz, impor à empresa o dever de concessão de crédito, mas a avaliação desta concessão deve se pautar por critérios objetivos, concretos e não discriminatórios.

O juiz chamou a atenção para o fato de que finalmente a ré Companhia Zaffari Bourbon havia indicado nos autos o real motivo da recusa de crédito, que se pautava no fato da autora deixar duas faturas de cartão de crédito vencerem. Segundo o magistrado, a razão que foi apresentada apenas em juízo demonstrava a falta de transparência da empresa e o descumprimento do dever de informação ao consumidor no momento da recusa de crédito, pelo que condenou a ré ao pagamento de danos morais.

Por fim, quanto à segunda ré CDL, o juiz afastou a responsabilidade da mesma na situação vivenciada pela autora junto à Companhia Zaffari Bourbon, mas analisou o mérito das alegações da autora de que não conseguia obter crédito em ne-

nhuma instituição, em razão do serviço *Crediscore* oferecido pela CDL, eis que fornecia aos estabelecimentos comerciais informações desabonadoras da cliente.

Diante desta situação, o juiz reconheceu o serviço *Crediscore* provido pela CDL como um banco de dados, e, portanto, sujeito às normas pertinentes. Assim, caberia à CDL notificar previamente a autora sobre a manutenção de seus dados pessoais em bancos de dados. Uma vez que a CDL descumpriu o Código de Defesa do Consumidor por manter ilegalmente dados pessoais do cliente, foi condenada também à indenização por danos morais à autora.

O caso relatado permite observar as inúmeras implicações do modelo de *Credit Scoring* no âmbito consumerista. Em um primeiro momento, verifica-se claramente que o consumidor diante de sua proposta de crédito negada e certo de que não possui seu nome em cadastros restritivos de crédito, procura junto ao estabelecimento os motivos da recusa. Contudo, a informação que lhe é passada se restringe tão somente ao fato de que não conseguiu obter a pontuação mínima exigida pelo estabelecimento, para fazer jus à liberação do crédito. Assim, o consumidor fica impedido de reconhecer o motivo concreto da recusa do crédito, além de agravar a sua hipossuficiência probatória ante a um possível ilícito.

Outra questão a ser destacada é o fato do sistema de pontuação de crédito efetuar consultas a dados adicionais aos que o cliente fornece no ato da proposta de crédito. Desta maneira, o sistema passa a se comportar como um efetivo banco de dados, fazendo com que se submeta às normas vigentes no Código de Defesa do Consumidor, relativas à manutenção de informações pessoais dos clientes



## 6. CONCLUSÃO

O crédito é um elemento essencial à sociedade contemporânea. Na atual conjuntura é impossível cogitar de uma vida digna sem o uso do crédito, servindo como alavanca de emancipação econômica e social. Desde a aquisição da desejosa moradia, até as necessidades mais básicas do cotidiano, o crédito encontra-se presente de maneira a facilitar e proporcionar maior poder aquisitivo às pessoas. Todavia, o crédito pressupõe uma relação de confiança, de modo que a sua obtenção depende de um comportamento adimplente e pontual do tomador com as dívidas contraídas.

Destaca-se que a concessão de crédito é uma decisão discricionária do seu ofertante, cuja recusa ao consumidor desde que fundamentada constitui pleno exercício regular do direito. Evidentemente que a busca pela minimização do risco e da inadimplência é um esforço salutar não apenas às instituições bancárias, mas também à estabilidade econômica do país.

O aumento da demanda de crédito nas últimas décadas no Brasil acabou por impor às instituições financeiras a necessidade de adotar modelos cada vez mais eficientes e céleres para análise e concessão de crédito. Desta maneira, a adoção do modelo *Credit Scoring* é uma resposta eficaz para a tomada de decisão ante ao grande volume de propostas de créditos submetidas aos ofertantes.

O modelo *Credit Scoring*, não obstante se mostrar um excelente recurso para análise segura do crédito, precisa moldar-se aos princípios e normas consumeristas.

Por fim, é imperioso afirmar que a recusa de crédito ao consumidor, esteja ou não apoiado no resultado da ferramenta *Credit Scoring* deve se basear sempre em critérios objetivos. Reitera-se que não é a recusa de crédito, pautada no resultado obtido por meio do modelo *Credit Scoring*, o ato violador das normas de consumo. Porém, toda e qualquer recusa manifestada pelo ofertante de crédito deve obedecer aos princípios da transparência e da boa-fé, positivados pelo Código de Defesa do Consumidor. Assim, reputa-se ilegal a recusa de crédito que não transmita ao pretense tomador os motivos claros e objetivos que a embasaram. Por conclusão, não é suficiente para desincumbir o ofertante do crédito dos deveres de transparência e boa-fé, a mera alegação de que o cliente não preencheu o perfil desejado ou não atingiu o *score* mínimo apto a autorizar a concessão do crédito.

## REFERÊNCIAS

ABRÃO, Nelson; ABRÃO, Carlos Henrique. **Direito bancário**. 9. ed. rev., ampl. e atual. / por Carlos Henrique São Paulo: Saraiva, 2005.

AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. **Os contratos bancários e a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça**. Informativo Jurídico da Biblioteca Ministro Oscar Saraiva, Brasília, DF, v. 15, n. 1, jan./jun. 2003. Disponível em: <<http://bdjur.stj.gov.br/xmlui/handle/2011/554>>. Acesso em: 19 Set. 2010.

BATISTA JÚNIOR, Paulo Nogueira. **O Plano Real luz da experiência mexicana e argentina**, São Paulo v.1, n.28, Set/Dez. 1996. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141996000300007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141996000300007&script=sci_arttext)>. Acesso em 02 Out. 2010.

BRASIL, Constituição (1988) **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em 16 Set. 2010.

BRASIL, **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em 18 Set. 2010.

BRASIL, Lei 4.595, de 31 de dezembro de 1964. Dispõe sobre a Política e as Instituições, Monetárias, Bancárias e Creditícias, Criam o Conselho Monetário Nacional e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 31 Jan. 1965. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L4595.htm>>. Acesso em 15 Set. 2010.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Adin nº 2.591. Rel. Min. Carlos Veloso. **Diário da Justiça**, Brasília, 29 Set. 2006.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. A possibilidade de revisão de juros contratuais. REsp. 271214/RS. Rel. Ari Pargendler. **Diário da Justiça**, Brasília, p. 216, Ago. 2003.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Destinatário Final. REsp. 716877/SP. Rel. Ari Pargendler. **Diário da Justiça**, Brasília, Abr. 2007.

CÂMARA DOS DIRIGENTES LOJISTAS. **Publicidade do Serviço Crediscare**.

Disponível em:

<[http://www.cdlpoa.com.br/PORTAL/produtos\\_e\\_servicos/crediscare.aspx](http://www.cdlpoa.com.br/PORTAL/produtos_e_servicos/crediscare.aspx)> Acesso em 18 Set. 2010.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Composição do crédito tem forte mudança estrutural em vinte anos. **Indústria brasileira em foco**, Brasília, Ano 02, n. 02, Set. 2010. Disponível em <<http://www.cni.org.br/portal/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=FF8080812B1399D8012B20C937A73DD3>>. Acesso em 1 Set. 2010.

CONSELHO MONETÁRIO NACIONAL. **Resolução n. 1.559/88**. Dispõe sobre operações bancárias. Disponível em: <<http://www010.dataprev.gov.br/sislex/paginas/72/CMN/1988/1559.htm>> Acesso em: 15 Set. 2010.

DISTRITO FEDERAL, Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios. Ac. 417.453. Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais. Rel. Juíza Giselle Rocha Raposo. **DJDFTE**, Distrito Federal, p. 252, Abr. 2010.

EFING, Antônio Carlos; NERY JÚNIOR, Nelson. **Contratos e procedimentos bancários à luz do código de defesa do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**: volume 3 : contratos e atos unilaterais. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

AZEVEDO, Junqueira de. **Responsabilidade pré-contratual no Código de Defesa do Consumidor**: Estudo comparativo com a responsabilidade contratual no direito comum. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n.18, p. 23-31, Abr./Jun. 1996.

MARQUES, Claudia Lima. **Sociedade de informação e serviços bancários: Primeiras observações**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v.10, n.39, p.49-74, jul./set. 2001.

MARQUES, Claudia Lima. **Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o código de defesa do consumidor: informação, cooperação e renegociação**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v.11, n.43, p.215-257, jul./set. 2002.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o**

**novo regime das relações contratuais**. 5. ed.rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARTINS-COSTA, Judith. **A boa-fé no direito privado**: sistema e tópica no processo obrigacional. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça. Ap. 11.812/2008. Rel. Sérgio Cavalieri Filho. **Diário Oficial**, Rio de Janeiro, p. 47, Abr. 2008.

RIO DE JANEIRO, Lei 2.868, de 18 de dezembro de 1997. Obriga as empresas que promovem vendas a crédito a fornecer por escrito, as razões do indeferimento dos pedidos de financiamento, bem como recibo pelas cobranças de taxas de levantamentos efetuados. **Diário Oficial**, Rio de Janeiro, 19 Dez. 1997. Disponível em: <<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/contlei.nsf/e9589b9aabd9cac8032564fe0065abb4/fa470d7527caa003256572005fb121?OpenDocument>>. Acesso em 19 Set. 2010.

RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça. RCiv. 71001645050. Terceira Turma Recursal Cível; Rel. Des. Eugênio Facchini Neto. **DOERS**, Rio Grande do Sul, p.97, Jul 2008.

RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça. Proc. 001/1.09. 0233781-9. 3ª vara cível da Comarca de Porto Alegre; Juiz Mauro Caum Gonçalves. Rio Grande do Sul, Abr. 2010.

RIZZARDO, Arnaldo. **Contratos de crédito bancário**. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

SÁ, Almeno de. **Responsabilidade bancária**: dever de informação, corte de crédito. Coimbra: Coimbra Ed., 1998.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito**: concessão e gerência de empréstimos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

SANTOS, José Odálio dos. **Análise de crédito**: empresas e pessoas físicas. São Paulo: Atlas, 2000.

SANTOS, José Odálio dos; FAMÁ, Rubens. **Avaliação da aplicabilidade de um modelo de credit scoring com variáveis sistêmicas e não-sistêmicas em carteiras de crédito bancário rotativo de pessoas físicas**. Revista Contabilidade & Finanças, São Paulo, v.18, n.44, p. 105-117, mai./ago. 2007.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

WALD, Arnaldo. **A inconstitucionalidade da incidência do Código do consumidor sobre as instituições financeiras**. *Ciência Jurídica*, Belo Horizonte, v.16, n.103, p.11-22, jan./fev.2002.