

**XXV CONGRESSO DO CONPEDI -
CURITIBA**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I**

CAROLINA MEDEIROS BAHIA

CLEIDE CALGARO

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN

Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP

Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC

Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:

Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches – UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)

Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF

Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDI

Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC

Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG

Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA

Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D598

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UNICURITIBA;

Coordenadoras: Carolina Medeiros Bahia, Cleide Calgaro – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-335-1

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: o papel dos atores sociais no Estado Democrático de Direito.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Congressos. 2. Globalização. 3. Responsabilidade nas Relações de Consumo. I. Congresso Nacional do CONPEDI (25. : 2016 : Curitiba, PR).

CDU: 34



XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA
DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE
CONSUMO I

Apresentação

É com satisfação que se apresenta a sociedade brasileira a coletânea de artigos selecionados, para a exposição oral e debates no Grupo de Trabalho "DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I", realizado no XXV Congresso Nacional do CONPEDI, ocorrido nos dias 07 a 10 de Dezembro de 2016, na cidade de Curitiba – Paraná. Essas Instituições, tanto públicas como privadas, que denotam o olhar crítico por meio de suas pesquisas científicas acerca de questões voltadas ao Direito, a globalização e as relações de consumo e sua responsabilidade.

Salienta-se que a qualidade dos temas apresentados em cada artigo, que é parte dessa coletânea, demonstram a importância do Direito do Consumidor e sua responsabilidade na sociedade contemporânea, além de questões voltadas ao viés da globalização e seus reflexos. Verifica-se que os diversos problemas voltados a relação de consumo e a globalização cada vez mais permeiam a sociedade nacional e internacional, onde as relações sociais consumeristas se pautam no consumismo havendo a necessidade de uma proteção do direito nessas relações. “Consumo logo existo para a sociedade”, isso demonstra que o consumidor, na atualidade, planifica-se na esfera do comprar, ter e aparentar, assim, as mercadorias tem mais valor do que o ser humano, o qual possui um preço.

A solução dos problemas socioambientais criados com as práticas advindas das relações de consumo e da globalização, devem ser evidenciados, como a adoção da cooperação social, onde os sujeitos cooperam para o bem comum, além de, políticas públicas voltadas ao âmbito local que realmente possuam eficiência e eficácia na sociedade e minimizem os reflexos do consumismo. A partir da aplicação de políticas públicas no âmbito local o cidadão se sente pertencente ao espaço público em que vive, viabilizando, efetivamente, a ideia de uma democracia participativa e a cooperação.

O consumidor e sua vulnerabilidade e o fornecedor com a evolução das novas tecnologias permitem que os pesquisadores evidenciem suas pesquisas na área. Desta forma, os estudos realizados no GT permitem examinar que a legislação infraconstitucional não é eficiente e eficaz para solver os conflitos nas relações de consumo, e com o avanço das novas tecnologias o direito fica mais distante na proteção do consumidor, o qual se torna cada vez mais vulnerável e hipossuficiente.

O direito do consumidor, que seria o instrumento de equilíbrio das relações consumeristas, necessita de novas fases para articular as múltiplas negociações existentes na sociedade moderna. Portanto, nos estudos realizado nesse GT serão encontradas questões voltadas ao direito comparado, a influência da mídia na publicidade, dano moral coletivo, a responsabilidade ambiental, superendividamento, questões de gênero, entre outros temas que buscam uma preocupação na regulação desse direito que proteja os mais vulneráveis na relação de consumo.

Deste modo, pode-se observar a atualidade e a pertinência das pesquisas apresentadas no CONPEDI, que perpassam por questões sociais, ambientais, consumeristas, de direito comparado e de soluções das controvérsias na sociedade contemporânea.

Profa. Dra. Carolina Medeiros Bahia - UFSC

Profa. Dra. Cleide Calgaro - UCS

O SUPERENDIVIDAMENTO NA SOCIEDADE DE CONSUMO: A NECESSIDADE DE RECUPERAR A DIGNIDADE DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO

THE OVER-INDEBTEDNESS ON THE CONSUMPTION SOCIETY: THE NECESSITY TO RECOVER THE OVER-INDEBTED CONSUMER DIGNITY

**Eduardo Ernesto Obrzut Neto
Sandro Mansur Gibran**

Resumo

Este artigo tem por objetivo apresentar o fenômeno do superendividamento da população do Brasil na atual sociedade de consumo, as origens desse problema, as causas e seus reflexos no âmbito da dignidade do consumidor. Além dos problemas no âmbito econômico, reflexivamente o superendividamento acaba atingindo também a dignidade da pessoa da pessoa humana, na medida em que provoca a exclusão social do consumidor. O desinteresse político em solucionar tal problema e educar a população para um consumo consciente é um dos grandes entraves para a solução deste problema. O direito comparado apresenta medidas eficientes para tratamento desse problema.

Palavras-chave: Superendividamento, Sociedade de consumo, Dignidade da pessoa humana

Abstract/Resumen/Résumé

This article aims to present the phenomenon of over-indebtedness of Brazil's population in today's consumer society, the origins of this problem, the causes and its effects within the consumer dignity. In addition to the problems in the economic, reflexively over-indebtedness also ends up affecting human dignity of the human person, in that it causes social exclusion consumers. The political interest in solving the problem and educate the population to a conscious consumption is one of the major obstacles to the solution of this problem. The comparative law has effective measures for treating this problem.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Over-indebtedness, Consumer society, Dignity of human person

INTRODUÇÃO

O Brasil experimentou nas últimas duas décadas um crescimento econômico sem precedentes. Diante da estabilidade econômica alcançada em meados da década de 90, decorrente do sucesso das medidas adotadas pelo Plano Real, o Brasil oportunizou, com auxílio de outras políticas públicas, a concessão massiva de crédito para as famílias de baixa renda, permitindo a uma grande parte da população o uso do crédito como meio de elevação da qualidade de vida.

A facilitação ao acesso ao crédito também possibilitou às famílias brasileiras a aquisição de diversos bens de consumo, no entanto, muitas vezes adquiridos de forma desmedida, sem controle e sem considerar as reais condições financeiras do consumidor.

A concessão massiva de crédito por um lado demonstrou seu lado positivo, pois permitiu àquelas pessoas, até então excluídas e marginalizadas, se inserirem de um modo mais igualitário na sociedade de consumo. Sem sombra de dúvidas este fato atende, ainda que reflexamente, os objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, conforme disposto no art. 3º da Constituição Federal.

Por outro lado, a facilitação ao crédito acarretou consequências não esperadas, pois expôs o cidadão hipossuficiente e sem uma cultura financeira às garras do mercado financeiro ávido pelo seu consumo desenfreado.

Assim, a possibilidade de inserção no mercado de consumo através da concessão de crédito é um importante indicador de uma sociedade igualitária. No entanto, é, na mesma medida, perigoso, pois é capaz de provocar efeitos econômicos e sociais adversos.

Sem sombra de dúvidas esse novo mercado consumidor necessita de uma mudança cultural e, até que isso não se concretize o consumidor ficará a mercê do poder econômico das grandes instituições e também excluído socialmente.

As recentes crises financeiras vivenciadas pelos Estados Unidos da América e por alguns países da Europa, decorrentes, em partes, de um excesso de consumo e do crescente endividamento da população, demonstram como tal problema é capaz de produzir efeitos negativos a todo um país.

Seguindo a tendência de outros países, como Estados Unidos e França, o Brasil apesar de ainda não possuir normas sobre o tema já prepara alguns projetos legislativos que contemplam medidas de auxílio à reestruturação de pessoas superendividadas.

Neste sentido, o presente trabalho busca analisar o fenômeno do superendividamento do consumidor, suas causas e seus efeitos, principalmente no que tange a exclusão social que atinge o princípio da dignidade da pessoa humana.

A metodologia utilizada para este estudo é a pesquisa bibliográfica através de material já publicado e de acesso ao público em geral, citando as devidas fontes de pesquisa. Possui natureza descritiva que é capaz de descrever, registrar, analisar e interpretar fatos atuais.

O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR

A sociedade capitalista moderna vive uma nova realidade. Movida pelo hiperconsumo, o acesso ao crédito passou a ser um combustível essencial para a sociedade como um todo.

A expansão do crédito, para atingir principalmente às camadas de mais baixa renda da população, vem ao encontro de uma necessidade social e também para atender o desejo de desenvolvimento sócio econômico da maioria dos seres humanos.

No entanto, a facilitação ao crédito às camadas antes excluídas da sociedade de consumo, com a possibilidade de aquisição de bens de consumo, traz, muitas vezes, apenas a ilusão de desenvolvimento econômico.

Em um país com pouca cultura financeira, como o Brasil, a popularização do crédito não pode ser banalizada. É preciso dar à população consciência para sua correta utilização, caso contrário, a pseudo impressão de inserção social promovida pela facilitação do crédito, logo entra em ruína quando a conta começa a ser cobrada.

É inegável que o hiperconsumo é a mola propulsora da economia nacional. Sem este a economia fica estagnada, não há a geração de empregos, não há distribuição de renda, desenvolvimento e inclusão social. Contudo, o consumo desmedido, inconsciente e inconsequente é capaz de ultrapassar esses benefícios e acabar gerando efeitos contrários.

O crédito virou sinônimo de qualidade de vida e seu acesso é primordial para o atendimento das necessidades cotidianas dos indivíduos. Da mesma maneira, a restrição ao crédito também representa impactos avassaladores, de modo a significar a exclusão do mercado de consumo e, por conseguinte, a exclusão social dos consumidores além de dificultar a sua subsistência e de seu núcleo familiar com dignidade. A linha que separa esses dois polos é tênue.

Se, por um lado, o crédito estimula o consumo e é saudável a todos, por outro, quando concedido de maneira irresponsável e indiscriminada, muitas vezes através de práticas abusivas, pode acarretar em endividamento excessivo e, por conseguinte, o superendividamento, que é um problema que afeta toda a sociedade.

Nessa conjuntura de massificação de crédito concatenada à inobservância do Código de Defesa do Consumidor e de suas normas cogentes de equilíbrio contratual e proteção do vulnerável, consubstancia no cenário do superendividamento do consumidor brasileiro.

Trata-se de um fenômeno global, comum a todas as sociedades modernas de consumo, não se trata de um problema exclusivo brasileiro.

Ocorre que no ordenamento jurídico brasileiro ainda não existem regras que tratem sobre o superendividamento, cabendo, até então, à doutrina a definição e a limitação deste fenômeno.

Ante a ausência de uma fonte formal nacional para análise do instituto, os doutrinadores do país utilizam como base o direito comparado, principalmente o sistema francês, tanto para nomear o superendividamento, como caracterizá-lo no ordenamento jurídico pátrio. (KIRCHNER, 2008, pág. 72)

Um dos conceitos para este instituto foi delimitado por Claudia Lima Marques (2006, pág. 256) ao afirmar que o:

“superendividamento pode ser definido como a impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas dívidas do Fisco, oriundas de delitos e de alimentos)”.

Ainda de acordo com CLAUDIA LIMA MARQUES (2006, pág. 56)), o superendividamento, para ser reconhecido como tal, demanda requisitos objetivos para sua caracterização, principalmente no que se refere à pessoa do superendividado e à natureza da dívida.

Em relação à pessoa do superendividado, é imprescindível esclarecer que não é qualquer tipo de consumidor que poderá se encaixar na qualidade de superendividado. A exemplo do profissional liberal, produtor, fabricante e pessoas jurídicas no geral, que são passíveis de falência e recuperação judicial, não podem se encaixar no superendividamento. O superendividado aqui é aquele consumidor, pessoa física, que contrata créditos para consumir produtos e serviços e cai em inadimplência global, e não tem condições de promover sozinho a renegociação de suas dívidas.

Neste sentido, a dívida tem de ser necessariamente de consumo, não entrando no rol do superendividamento as dívidas profissionais, fiscais ou decorrentes de obrigações alimentares.

É importante destacar que também não há um consenso sobre a necessidade de se fixar um valor mínimo para que o devedor seja enquadrado na figura de superendividado. É necessária a análise de cada caso, considerando o conjunto de recursos do endividado, o patrimônio imobiliário e a possibilidade de pagamento face ao conjunto das dívidas, considerando as necessidades básicas do interessado e sua família. (COSTA, 2002, pág. 119)

Importante destacar também que sempre quando for possível, por qualquer meio idôneo, adimplir a dívida, não se pode considerar o devedor como vítima do superendividamento. Aqui, não se fala em impossibilidade momentânea de adimplemento das obrigações contraídas, mas sim de uma situação irreversível ou “impossibilidade manifesta”. (SCHMIDIT NETO, 2012, pág. 248)

Nesse sentido, Neto (2009, pág. 17) afirma que é necessário fazer um estudo acerca dos ativos e passivos do consumidor, a fim de concretizar ou sustar a hipótese do superendividamento:

Para que se configure como tal, deve-se fazer um estudo do ativo patrimonial mobiliário e imobiliário, mais a renda mensal familiar e diminuir o passivo acumulado, bem como seus encargos, mais os gastos decorrentes do mínimo vital. A diferença negativa e um resultado que evidencie a impossibilidade do cumprimento, demonstrando a tendência de aumento do passivo a situação.

A boa-fé também se revela como requisito imprescindível para o reconhecimento do superendividamento e para concessão de auxílio aos superendividados, compreendida como um comportamento leal, cooperativo, correto próprio da boa-fé objetiva que faz presente em todas as relações jurídicas de consumo.

Nesta questão, interessante classificação é trazida pela doutrinadora portuguesa Maria Manuel Leitão Marques, que utilizando como base a jurisprudência francesa, distingue os superendividados em dois grupos: Os passivos e os ativos, sendo esta categoria subdividida em ativo consciente e inconsciente. (SCHMIDIT NETO, 2012, pág. 251)

O superendividamento passivo é aquele em que o devedor acaba adentrando nesta condição por motivos externos e imprevistos, não necessariamente pela incapacidade de gerir o patrimônio, muito menos por má-fé. Por ser mais vulnerável, na maioria das vezes opta pelo crescente uso de crédito por necessidade, figurando como alvo fácil para os abusos dos agentes econômicos. (SCHMIDIT NETO, 2012, pág. 257)

Claudia Lima Marques (2006, pág. 259) afirma que “*no caso do superendividamento passivo, a causa não é o abuso ou má administração do orçamento familiar, mas um “acidente da vida como desemprego, redução de salários, divórcio, doenças, nascimentos, acidentes, mortes”*”.

Como os mecanismos de prevenção surtem poucos efeitos nessa modalidade de superendividamento, pela imprevisibilidade dos fatos gerados da tomada de crédito, é esse grupo de devedores que são os principais destinatários da tutela estatal sobre o tratamento.

O superendividamento ativo, por sua vez, no sentido lato é oriundo da acumulação excessiva de dívidas de maneira voluntária, pelo consumidor que se endivida pela má gestão financeira, assumindo despesas maiores que a capacidade de adimplemento. (SCHMIDIT NETO, 2012, pág. 251)

No superendividamento ativo consciente, o sujeito contrai a dívida sabendo de sua incapacidade de honrá-las. Este superendividado age de má-fé, desde o firmamento do contrato de crédito, com a intenção de enganar o credor, porquanto, possui a noção de que não existem meios para que se executem as dívidas. (SCHMIDIT NETO, 2012, pág. 251)

Ante a ausência do requisito boa-fé, o superendividado ativo consciente não deve receber auxílio estatal para sua recuperação. Por isso, há ressalvas até mesmo quanto a sua própria condição de superendividado caso se siga o raciocínio de que os superendividados são somente aqueles que assumem compromissos de boa-fé, objetivamente, contando que poderá adimplir as obrigações compactuadas. (CASADO, 2000, pág. 130)

Já o superendividamento ativo inconsciente se caracteriza pelo comportamento impulsivo do agente, que sem a devida prudência, acaba deixando de fiscalizar seus gastos. (SCHMIDIT NETO, 2012, pág. 252)

O indivíduo superestima seu poder de compra, evidenciando uma inaptidão em administrar o orçamento familiar, na medida em que cede aos estímulos ao consumo, desejando bens e serviços de um padrão de vida mais elevado sem ter reais condições para adquirir. Sendo necessárias averiguações mais detalhas da situação financeira para o recebimento do benefício solicitado. (KIRCHNER, 2008, pág. 64)

Diante do exposto, é possível verificar que não basta para que se tenha o superendividamento a simples inadimplência das dívidas e a alegação de impossibilidade de pagamento. É necessário um estudo acerca de cada caso concreto, razão pela qual a condição de consumidor superendividado independe de valores, mas devem ser observados outros tantos critérios para sua configuração.

É importante ainda destacar que, dado ao problema ser muito maior do que apenas a contração de dívidas em caráter superior ao próprio patrimônio, a normatização do superendividamento não pode regular tão somente o seu tratamento, mas também a proteção e prevenção contra este fenômeno social.

Por outro lado, o rigor na conceituação do superendividamento faz-se necessário a fim de se evitar uma tutela estatal de cunho paternalista, prejudicando o efetivo equilíbrio entre as partes e comprometendo o bom funcionamento da economia, na medida em que, se mal legislado, pode incentivar ainda mais a negligência do consumidor ao utilizar o crédito. (BERTONCELO & LIMA, 2007, pág. 174)

Certamente, uma lei dispendo de garantias e direitos de maneira desmedida afetaria a confiança e a lealdade no âmbito do comércio e das prestações de serviço, criando uma população irresponsável e sem a diligência necessária para a boa convivência em uma sociedade de mercado.

DAS PRINCIPAIS CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO

Nas palavras de MOURA & BESSA (2008, p. 151), *“latejam dois agentes motores para a iminência do superendividamento: falta de informação (frente a um modelo contratual aquém do mínimo ideal) e a oferta maciça de crédito ao consumidor”*.

Combinados a estes elementos é possível ainda acrescer outros dois, a falta de educação financeira do novo mercado consumidor e as ferramentas de marketing direcionadas para o hiperconsumo.

Todos esses fatores aliados ao desrespeito às normas positivadas pelo Código de Defesa do Consumidor por parte das instituições financeiras e o estímulo ao consumo advindo da sociedade pós-moderna caracterizada pelo hiperconsumo, dão origem ao superendividamento.

Conforme asseveram LIMA E BERTONCELLO (2010, pág. 44-45),

No Brasil, estamos longe do estágio de autonomia da vontade educada, porque os consumidores não sabem como atuar no processo de decisão, ainda celebram contratos de forma impulsiva, sem reflexão. Estas condutas automatizadas são sistematicamente exploradas na publicidade ou nas técnicas de venda, o que se revela especialmente grave quando são atingidos consumidores psicologicamente frágeis, com baixo grau de instrução, ou, então,

aqueles mais imprudentes, porque são menos capazes de extrair as informações relevantes do contrato ou de avaliar a extensão das obrigações assumidas.

A disparidade econômica entre os fornecedores e consumidores e o desnível informacional existente entre eles, juntamente com a mitigação do voluntarismo típico dos contratos de adesão, levam o consumidor a uma posição de vulnerabilidade nessa relação, por essas razões ele não consegue compreender, muitas vezes, os compromissos que assume e os parâmetros reais das dívidas que contrai, carecendo de proteção jurídica que reequilibre contratualmente as partes. (MOURA & BESSA, 2008).

A fim de solucionar esse déficit informacional afirma Cezar (2007, pág.151) que, “*o fornecedor tem o dever de informar de maneira clara e precisa todos os elementos essenciais do contrato*”. Juntamente com o princípio da transparência e do dever de esclarecer sobre os riscos provenientes da concessão de crédito e do provável comprometimento da sua renda. (MARQUES, 2006)

É nesse contexto que a publicidade se revela como uma ferramenta muito importante, podendo auxiliar no cumprimento do dever de informação e conscientizar os consumidores, no entanto, o que se observa é a utilização das ferramentas publicitárias com outras finalidades.

Nas últimas décadas a publicidade consolidou-se como a grande protagonista nas relações de mercado fazendo-se indispensável para a disponibilização de informações de produtos e serviços aos consumidores.

Fornecedores de bens e serviços realizam grandes investimentos em pesquisas para conhecer o comportamento que leva o consumidor a comprar, empregando os resultados nas diversas estratégias de publicidade e propaganda. Neste processo, houve um incentivo à transformação de uma sociedade regida pela precaução e poupança para outra voltada para gratificação imediata fornecida pelos produtos e serviços. (HENNIGEN, 2010, pág. 126)

A criação de pseudonecessidades, produzidas pelo estímulo ao consumo, cria uma sensação de insaciabilidade do desejo do consumidor, (TAVARES, 2010, pág. 50) de modo que, associando-se ao crédito como meio de promoção de vendas, a publicidade contribui para as situações de superendividamento ao promover a venda, persuadindo os consumidores sem condições financeiras para arcar com os custos. (SCHMIDT NETO, 2012, pág. 224)

No entanto, vivemos em uma sociedade capitalista e, a publicidade torna-se indispensável para divulgação de produtos e serviços, possuindo uma grande importância na

circulação de riquezas, além de fomentar uma competição benéfica para todos, inclusive aos consumidores. Evidentemente, o *marketing* não é o único responsável pelo superendividamento dos consumidores, mas, sendo o principal incentivador de compras, cresce a necessidade de atribuir ao credor uma parcela de risco quando há sérias dificuldades no cumprimento contratual. (SCHMIDT NETO, 2012, pag. 224)

A publicidade se tornou o principal meio de massificação da oferta de crédito e do hiperconsumo, possuindo, portanto, também caráter fundamental na formação do superendividamento. Ela é o canal que liga os fornecedores de produtos e de crédito aos consumidores, persuadindo-os a realizar contratações por meio de técnicas de marketing.

Mesmo desempenhando um papel essencial na sociedade pós-moderna, a publicidade não pode esquivar-se da função informativa destinada à oferta de crédito e positivada no artigo 31 do Código de Defesa do Consumido.

A proteção concedida contra publicidade enganosa está disposta no artigo 6º, IV11, do CDC, considerada um direito básico do consumidor. Importante salientar que não é somente pelas informações que a publicidade pode ser considerada enganosa, mas também pela *“manipulação de frase sons ou imagens para, de forma confusa e ambígua, iludir o destinatário do anúncio.”* (NUNES, 2012, pág. 111).

O aparato publicitário provoca e incita condutas nos consumidores forjando falsas necessidades, ofertando produtos e serviços como indispensáveis, o que contribui para que os consumidores vivam além dos seus recursos financeiros, dando causa ao superendividamento (NETO, 2009, pág. 52).

Para além do estímulo aos consumidores através das ferramentas de marketing, houve, por outro lado, o crescimento da procura das instituições financeiras pelos novos mercados consumidores, composto principalmente pela classe média e baixa da população, que diante de um desenvolvimento econômico em âmbito nacional, chegam ao mercado consumidor pouco escolarizadas, com uma cultura financeira quase inexistente, se tornando alvos fáceis, pois vulneráveis às agressivas campanhas de marketing das instituições financeiras.

Neste sentido defende CLÁUDIA LIMA MARQUES (2006, pág. 260) que:

A massificação do acesso ao crédito que se observa nos últimos 5 (cinco) anos [...], a forte privatização dos serviços essenciais e públicos, agora acessíveis a todos, com qualquer orçamento, mas

dentro das duras regras do mercado, a nova publicidade agressiva com o crédito popular, a nova força dos meios de comunicação de massa e a tendência ao abuso impensado do crédito facilitado e ilimitado no tempo e nos valores, inclusive com descontos em folha e de aposentados, pode levar o consumidor estado de superendividamento. [...] Trata-se de uma crise de solvência e liquidez, que facilmente resulta em sua exclusão total do mercado de consumo parecendo uma nova espécie de “morte civil”: “a morte do *homo economicus*”.

CLÁUDIA LIMA MARQUES (2006, pág. 329), identifica a massificação do acesso ao crédito citando a estimativa de 50 milhões de novos clientes bancários, entre os anos de 2001 a 2006, observando as facilidades para a obtenção de bens e serviços privados, disponíveis a uma população pouco acostumada com as regras do mercado, por meio de uma publicidade agressiva, acrescida com as tendências de abuso do crédito facilitado.

Por todos esses fatores, o superendividamento é um fenômeno também social, devendo haver políticas de consumo e ações jurídicas de direito do consumidor para prevenir e tratar estes casos, de forma a não tornar a situação sistêmica.

Nesse sentido, é cediço o entendimento de que é necessária legislação específica ao tema para proteger não só os consumidores, mas a sociedade em sua totalidade.

O SUPERENDIVIDAMENTO E SEUS REFLEXOS NA DIGNIDADE DO CONSUMIDOR

ALEXANDRE DE MORAES (2004, pág. 129) ao esclarecer acerca do conceito de dignidade da pessoa humana afirma que:

A dignidade da pessoa humana é um valor espiritual e moral inerente à pessoa, que se manifesta singularmente na autodeterminação consciente e responsável da própria vida e que traz consigo a pretensão ao respeito por parte das demais pessoas, constituindo em um mínimo invulnerável que todo estatuto jurídico deve assegurar, de modo que apenas excepcionalmente possam ser feitas limitações ao exercício dos direitos fundamentais, mas sempre sem menosprezar a necessária estima que merecem todas as pessoas enquanto seres humanos

Sob a perspectiva dos consumidores o crédito contribui para o bem-estar dos indivíduos e das famílias, tornando possível o acesso imediato a bens e serviços, tendo como contrapartida um pagamento parcelado e futuro. Já o consumo, na sociedade pós-moderna, tem um viés de identidade cultural, de inserção social.

CLAUDIA LIMA MARQUES (2011, pág. 24) assevera inclusive que o consumo é muito mais do que um ato econômico, é a reverberação de direitos fundamentais na medida em que possibilita a realização da plena liberdade e dignidade do cidadão. Neste sentido defende a autora que:

Consumo é igualdade, é ser cidadão-econômico ativo, é aproveitar as benesses do mercado liberal e globalizado. Consumo é inclusão nos desejos e benesses do mercado atual, em outras palavras, consumo é para as pessoas físicas a realização plena de sua liberdade e dignidade, no que podemos chamar de verdadeira cidadania econômico-social.

Neste sentido é possível afirmar que o acesso ao crédito então desempenha papel de inclusão social ao facilitar e conferir acesso ao consumo.

Com efeito, considerando que o acesso ao crédito e o consumo são dois grandes mecanismos de expressão de identidade cultural e também de inclusão social na medida em que refletem direitos fundamentais e sociais, devem ser protegidos.

Do ponto de vista sociológico, a importância do consumo é identificada por ZYGMUNT BAUMAN (1998, pág. 55) ao afirmar que a felicidade e a dignidade humana atingem seu ápice, segundo os padrões da sociedade do consumo, com a obtenção do consumo abundante:

Os que não podem agir em conformidade com os desejos induzidos dessa forma são diariamente regalados com o deslumbrante espetáculo dos que podem fazê-lo. O consumo abundante, é lhes dito e mostrado, é a marca do sucesso e a estrada que conduz diretamente ao aplauso público e à fama.

Neste panorama, em contrapartida, aparece o superendividamento que impossibilita o cidadão de acessar o crédito e de consumir. Ao ficar impedido de fazer uso desses mecanismos de inclusão social, o consumidor acaba atingindo em sua dignidade.

Outros efeitos provenientes do superendividamento também repercutem no íntimo do cidadão. Nas palavras de GILLES PAISANT (2010, pág. 10) “*o superendividamento é fonte de isolamento, de marginalização; ele contribui para o aniquilamento social do indivíduo. Quanto mais este fenômeno aumenta, mais seu custo social se eleva e mais a necessidade de combatê-lo se impõe.*”

Sobre a exclusão social provocada pelo superendividamento destacam ainda FRADE & MAGALHÃES (2006, pág. 30) que:

[...] o que mais se sobressai nestes indivíduos é o afastamento social por iniciativa dos próprios superendividados. Esse comportamento pode derivar de uma atitude consciente e deliberada, que resulta da constatação de que não têm condições monetárias para manter os antigos padrões de lazer. Mas pode derivar também de um estado emocional favorável ao isolamento e à desmotivação pela vida em grupo. A vergonha e a insegurança que lhes é comum, facto que se tornou notório ao longo de várias entrevistas, não pode gerar igualmente um distanciamento da vida familiar e colectiva, que os empurra para as fronteiras da exclusão social.

Não raramente, o superendividado, acaba por agravar ainda mais sua situação econômica e, conseqüentemente social, de forma a prejudicar sua dignidade. Dessa forma, o superendividamento leva o consumidor à exclusão social e à angústia existencial, por sobreviver abaixo de um padrão de existência digna. (OLIBONI, 2006, pág. 63)

Com isso, usualmente, o superendividado se sujeita a trabalhar na economia informal com o intuito de evitar a fiscalização da renda e se possível permanecer dependente dos benefícios sociais custeados pelo Estado.

Em circunstâncias de dificuldades financeiras, o consumidor fica exposto a humilhações, discriminações e exclusões, corroborando para o entendimento no sentido de que todo cidadão-consumidor é merecedor de ajuda no resgate de sua capacidade econômica, de forma a ser reinserido no mercado de consumo, capaz, então, de usufruir de vida social e comunitária, além de um convívio familiar harmônico (FRANCO, 2010, pág. 227).

No aspecto psicológico, os superendividados demonstram uma fragilidade emocional, vinculada ao recorrente sentimento de fracasso na administração das finanças familiares. Quando se assiste a uma combinação de desemprego com dificuldades financeiras, facilmente se percebe a perda de autoestima e dificuldades nas relações interpessoais do indivíduo.

Buscando esconder a crise financeira, se diminui os gastos com bens essenciais como alimentação e medicamentos no intuito de manter as aparências e continuar usufruindo de bens e serviços supérfluos, além das reais condições financeiras.

Sendo de fato um problema multidisciplinar, os efeitos do endividamento excessivo precisam ser solucionados desde a parte financeira até a psicológica do consumidor.

Nesse sentido, os valores da dignidade da pessoa humana e da solidariedade social exige que, como flagelo social da sociedade de consumo, o superendividamento seja prevenido e tratado eficazmente, de modo que o consumidor que experimente violação a sua dignidade, como é o caso dos superendividados, deve ser tutelado pelo Estado. Assim,

A dignidade da pessoa humana, valor supremo de toda a ordem jurídica, deve ser tutelada em qualquer circunstância. Sob este fundamento a criação de um direito especial para proteger o consumidor. Sendo assim, enquadra-se perfeitamente nesta moldura axiológica a necessidade de prevenir e tratar o superendividamento, exigindo-se do fornecedor de crédito os deveres de lealdade, transparência, informação e cooperação. E mais, atende aos valores e princípios fundantes do ordenamento jurídico brasileiro a proteção ao mínimo existencial dos consumidores, para se evitar sua “morte” econômica e social. (CEZAR, 2007, pág. 157).

É necessário que seja harmonizado o crescimento econômico com a dignidade da pessoa humana, justamente por ser tratar de um grave problema social que condena um número cada vez maior de pessoas à exclusão e a uma existência indigna, cingida ao pagamento perpétuo de uma dívida insolúvel, excluindo-a do mercado de consumo e marginalizando-a.

É imprescindível a preservação do mínimo existencial, evitando que o superendividamento coloque em risco a subsistência do servidor e de sua família, bem como fira o princípio da dignidade da pessoa humana.

O endividamento excessivo não pode ser considerado apenas da aferição de renda dos indivíduos, mas sim da consideração e análise de perda das capacidades, vez que, como assinala Amartya Sen (2010, pág. 122) “*a privação relativa de rendas pode resultar em privação absoluta de capacidades*”.

Superendividar-se é, nesse contexto, além da diminuição de renda, uma forma de ser privado de capacidades civis que são indispensáveis a uma vida com o mínimo de dignidade e inclusão social.

Garantir que as capacidades civis do superendividado sejam mantidas nessas situações é de extrema importância, vez que o indivíduo que tem suas condições mínimas de vida não asseguradas dificilmente conseguirá se reestabelecer no mercado de consumo.

Além disso, é uma exigência constitucional assegurar ao consumidor a sobrevivência com recursos suficientes para manter sua dignidade enquanto pessoa; em outras palavras, “*devem ser assegurados os meios essenciais de sobrevivência, o mínimo indispensável à sua existência com dignidade, garantindo-lhe uma renda que impeça sua ruína e exclusão do mercado de consumo.*” (CEZAR, 2007, pág. 157)

Nesse sentido, percebe-se que o superendividamento possui um caráter social extremamente relevante, não somente jurídico e econômico, no que se busca a proteção da sua dignidade, do mínimo existencial e, com o tratamento do fenômeno, a sua reinserção na sociedade.

Prevenir e tratar o superendividamento é, antes de mais nada, uma medida de reinclusão social, ao passo que garante a dignidade da pessoa humana estabelecida em nossa Constituição, isto é, adotar medidas de prevenção e tratamento do superendividamento “*é permitir a inclusão deste consumidor superendividado, é reinseri-lo no mercado de consumo e na sociedade de forma digna, garantindo-lhe uma existência também digna.*” (OLIBONI, 2006, p. 348).

Como valor supremo de toda a ordem jurídica, é indispensável que a dignidade da pessoa humana seja tutelada em qualquer circunstância. Sendo assim, a necessidade de tratar o superendividamento firma-se perfeitamente como valor preponderante em nossa sociedade, que não deve se intimidar para exigir a efetividade dos deveres de agir com lealdade, transparência, informação e cooperação por parte do fornecedor de crédito.

Na mesma esteira, atende aos valores e princípios fundamentais do ordenamento jurídico brasileiro a proteção ao mínimo existencial dos consumidores, para se evitar sua "morte" econômica e social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O superendividamento vem se mostrando como um fenômeno recente que decorre de um padrão econômico baseado no hiperconsumo, adotado pela maioria das sociedades modernas nos países capitalistas.

Trata-se de um problema com efeitos econômicos e sociais, capaz de atingir uma boa parte da população de baixa renda que, pretendendo inserir-se socialmente, utiliza de forma desmedida o crédito facilitado para adquirir bens de consumo.

Como principal causa do superendividamento encontram-se a massiva e facilitada concessão de crédito, a ausência de uma cultura financeira de gestão de recursos por aqueles que se utilizam desse crédito, e também as ferramentas de marketing e publicidade que incentivam o consumo.

Se por um lado o acesso ao crédito contribui para o bem-estar dos indivíduos e das famílias, tornando possível o acesso imediato a bens e serviços e promovendo a inclusão social, por outro lado o superendividamento é capaz de promover efeitos contrários, de exclusão social.

O superendividamento impossibilita o cidadão de acessar o crédito e de consumir. Do mesmo modo, leva o consumidor à exclusão social e à angústia existencial, por sobreviver abaixo de um padrão de existência digna.

Nesse sentido, o superendividamento provoca efeitos que atingem diretamente a dignidade do consumidor que se vê relegado à informalidade e a marginalização decorrente da exclusão social provocada pela impossibilidade de acesso ao crédito e ao consumo. Quanto mais este fenômeno aumenta, mais seu custo social se eleva e mais a necessidade de combatê-lo se impõe.

Percebe-se assim que o superendividamento possui um caráter social extremamente relevante, não somente jurídico e econômico, no que se busca a proteção da sua dignidade, do mínimo existencial e, com o tratamento do fenômeno, a sua reinserção na sociedade.

A proteção da sociedade contra o fenômeno do superendividamento é uma exigência constitucional, pois é assegurado ao consumidor a sobrevivência com recursos suficientes para manter sua dignidade enquanto pessoa.

A necessidade de normatização desse fenômeno se impõe. As medidas não devem visar tão somente a recuperação econômica, mas também deve prever a recuperação social e individual do consumidor excluído. Os interesses políticos e econômicos devem convergir no sentido de recuperar e proteger esses consumidores, devolvendo-os a dignidade.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **O mal estar na pós modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BERTONCELLO, Karen Rick D.; LIMA, Clarissa Costa de. **Adesão ao projeto conciliar é legal - CNJ: Projeto-piloto: tratamento das situações de superendividamento do consumidor**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais.2007.
- CASADO, Márcio Mello. **Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobreendividamento no Brasil**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 33, 2000.
- CEZAR, Fernanda Moreira. **O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 63, jul. de 2007.
- COSTA, Geraldo de Faria Martins da. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.
- FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobreendividamento, a outra face do crédito**. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunrdelli (Coords). Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.
- FRANCO, Marielza Brandão. **O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo, v. 74, abr. de 2010.
- HENNIGEN, Inês. **Superendividamento dos consumidores: uma abordagem a partir da Psicologia Social**. Revista Mal-Estar e Subjetividade. Fortaleza v. 10, n. 4 dez. 2010. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482010000400006&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 17 Ago. 2016.
- KIRCHNER, Felipe. **Os novos fatores teóricos de imputação e concretização do tratamento do superendividamento de pessoas físicas**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 65, jan/mar. de 2008.
- LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren. **Prevenção e tratamento do superendividamento**. Brasil. Ministério da Justiça. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE, 2010.
- MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul**. In: C. L. Marques, &

R. L. Cavallazzi, Direito do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006.

_____, Cláudia Lima. **Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas.** In: B. Miragem, & C. L. Marques, Doutrinas essenciais: Direito do Consumidor - Vulnerabilidade do consumidor e modelos de proteção. Vol. II. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2011

_____, Cláudia Lima. **Consumo como igualdade e inclusão social: a necessidade de uma lei especial para prevenir e tratar o “superendividamento” dos consumidores pessoas físicas.** Revista Jurídica da Presidência. Brasília, v. 13, n. 101. out. 2011/jan. 2012, p. 408.

MORAES, Alexandre de. **Constituição do Brasil interpretada e legislação constitucional.** São Paulo: Atlas. 2004.

MOURA, W. F., & BESSA, L. R. **Impressões atuais sobre o superendividamento:** sobre a 7ª Conferência Internacional de Serviços Financeiros e reflexões para a situação brasileira. Revista de Direito do Consumidor. Jan/mar de 2008.

NETO, A. P. **Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação.** Revista Direito do Consumidor, jul/set de 2009.

NUNES, L. A. **Curso de Direito do Consumidor.** São Paulo: Saraiva. 2012.

OLIBONI, M. L. **O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da Defensoria Pública: criação da Comissão de Defesa do Consumidor.** In: C. L. Marques, & R. L. Cavallazzi, Direito do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006.

PAISANT, Gilles. **Prevenção e tratamento do superendividamento** - Caderno de investigações científicas. Prefácio. In: C. L. Marques, K. D. Bertocello, & C. C. Lima. Brasília: DPDC/SDE. 2010

SCHMIDT NETO, André Perin. **Revisão dos contratos com base no superendividamento:** do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil. Curitiba: Juruá, 2012.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade.** São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

TAVARES, Leandro Anselmo Todesqui. **A depressão como mal-estar contemporâneo.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.