XXVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI PORTO ALEGRE – RS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I

EVERTON DAS NEVES GONÇALVES

MARIANA RIBEIRO SANTIAGO

ROGERIO DA SILVA

Copyright © 2018 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quaisforem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais
Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI
Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro
Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo
Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)
Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Santa Catarina
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará
Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM– Distrito Federal
Relações Internacionais para o Continente Americano
Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goías
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
Relações Internacionais para os demais Continentes
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do Sul)
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho (Unifor – Ceará)
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

Comunicação:
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do Sul Prof.
Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

---

D597

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

Coordenadores: Everton das Neves Gonçalves; Mariana Ribeiro Santiago; Rogerio da Silva. – Florianópolis: CONPEDI, 2018.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-723-6
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Tecnologia, Comunicação e Inovação no Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVII Encontro Nacional do CONPEDI (27 : 2018 : Porto Alegre, Brasil).

CDU: 34

Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Porto Alegre – Rio Grande do Sul - Brasil
http://unisinos.br/novocampuspoa/

XXVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI PORTO ALEGRE – RS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I

Apresentação

Encontramo-nos, mais uma vez, na Capital gaúcha; na antiga, Porto dos Casais, na, agora, Porto Alegre que, sempre, espelha e desperta as lembranças de tempos memoráveis de luta e resistência na conquista dos ideais "farroupilha". Desta feita, reunimo-nos, no GT 25, Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo sendo Coordenadores; a Profa. Dra. Mariana Ribeiro Santiago da Universidade de Marília – UNIMAR, o Prof. Dr. Rogério da Silva da Universidade de Passo Fundo – UPF e o Prof. Dr. Everton Das Neves Gonçalves da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC para a apresentação de tão dedicados e atentos pesquisadores que vêm nos brindar com suas análises sobre as relações consumeristas em um contexto de globalização. Assim, tivemos o prazer de ouvir e discutir sobre os seguintes temas: 1) UMA ERA COM PRAZO DE VALIDADE: A SOCIEDADE DE CONSUMO NO SÉCULO XXI E OS POSSÍVEIS INSTRUMENTOS DE RESTRIÇÃO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA; de Lucas Dalmora Bonissoni e Rogerio da Silva; 2) A DIFERENCIAÇÃO DE PREÇOS AO CONSUMIDOR: POSSIBILIDADES E VEDAÇÕES LEGAIS; de Lais Gomes Bergstein e José Roberto Della Tonia Trautwein; 3) A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO E O CONTEXTO JURÍDICO CONSUMERISTA BRASILEIRO, de Janaina do Nascimento Vieira; 4) A MASSIFICAÇÃO CONTRATUAL COMO FENÔMENO CONTRÁRIO AO INDIVIDUALISMO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, de Adriano de Salles Oliveira Barcha e Renata Giovanoni di Mauro; 5) A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA – A INDÚSTRIA DO CONSUMISMO EM TRÊS TEMPOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO, de Vanessa Kerpel Chincoli; 6) A PUBLICIDADE ENGANOSA NO NEGÓCIO CONSUMERISTA: CONSIDERAÇÕES ACERCA DE SEUS REFLEXOS JURÍDICOS, de Mariana Faria Filard e Thandra Pessoa de Sena; 7) A REGULAÇÃO DA PUBLICIDADE NO BRASIL E A NECESSIDADE DE PROTEÇÃO À CRIANÇA, de Karine Ferreira Mouta; 8) A REGULAÇÃO DAS FINTECHS DE CRÉDITO NO BRASIL: INOVAÇÕES E PERSPECTIVAS TRAZIDAS PELA RESOLUÇÃO 4.656/18 DO BANCO CENTRAL, de Rafael Rizzi e Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini; 9) AS (IN) CONSEQUÊNCIAS DO DESCUMPRIMENTO ABUSIVO DO CONTRATO ELETRÔNICO E A FUNÇÃO PUNITIVO-PREVENTIVA DA RESPONSABILIDADE CIVIL: O ENSEJO DA APLICAÇÃO DA SANÇÃO CIVIL, de Lucíola Fabrete Lopes Nerilo; 10) AS RELAÇÕES DE CONSUMO NO MERCADO SECUNDÁRIO DOS SNEAKERHEADS: PAIXÃO E

DINHEIRO DEFININDO COMPORTAMENTOS NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA, de Mariana Rivero Araujo Silva e Lidiana Costa de Sousa Trovão; 11) CONSUMO E RISCO: A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E AS PROPOSTAS DE ROTULAGEM DE ALIMENTOS NO BRASIL, de Carlos Alexandre Michaello Marques e Leonel Severo Rocha; 12) DA VULNERABILIDADE A HIPERVULNERABILIDADE: O IDOSO FRENTE AO MERCADO DE CONSUMO, de Thiago Schlottfeldt Nascimento da Cas; 13) DIREITO DO CONSUMIDOR E A DOUTRINA DA PROTEÇÃO INTEGRAL DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, de Eliana Magno Gomes Paes e Gisele Santos Fernandes Góes Full; 14) FRONTAL: NOÇÕES E RELAÇÃO COM O PRIMADO DA TRANSPARÊNCIA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO À LUZ DO CASO SPOLETO, de Thayla de Souza e Vivianne Rigoldi; 15) INOVANTE TECNOLOGIA E VELHAS PRÁTICAS: A RESISTÊNCIA JURÍDICA À OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA, de Flávio Henrique Caetano de Paula e Ana Cláudia Corrêa Zuin Mattos do Amaral; 16) O COMÉRCIO ELETRÔNICO INTERNACIONAL E O CONFLITO DE LEIS NO ESPAÇO, de Manoela Bitencourt; 17) O EFEITO "MATRIOSCA": DESVENDANDO AS ESPECIFICIDADES DOS GRUPOS UNIVERSAIS HIPERVULNERÁVEIS DE CONSUMIDORES NAS RELAÇÕES JURÍDICAS DE CONSUMO, de Fernando Costa de Azevedo e Lúcia Dal Molin Oliveira; 18) OS CONTRATOS DE DEPÓSITO E A RESPONSABILIDADE CIVIL NA RELAÇÃO DE CONSUMO, de Jair Kulitch; 19) OS JUROS NA CONCESSÃO DE CRÉDITO BANCÁRIO: ANÁLISE A LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, de Eloy Pereira Lemos Junior e Letícia Camila de Melo Bahia; 20) PUBLICIDADE E PÚBLICO INFANTIL: A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS E A PROTEÇÃO DA INFÂNCIA, de Ana Emília Bressan Garcia e Valdir Garcia dos Santos Junior; 21) RESPONSABILIDADE CIVIL PELO ARMAZENAMENTO DE DADOS INFORMÁTICOS – LEILÕES VIRTUAIS E COMPRAS COLETIVAS, de Vitor Greijal Sardas e Sergio Luís Tavares; 22) TUTELA DA PRIVACIDADE NA INTERNET: O PAPEL DO USUÁRIO, de Angelina de Seixas Nepomuceno. Em nosso GT, Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, objetivamos tratar dos tantos e necessários temas que envolvem as relações de consumo; mormente, no Brasil, e, ainda, quando a previsão Constitucional de defesa do consumidor; seja enquanto direito e garantia fundamental, seja enquanto Princípio da Ordem Constitucional Econômica; atingiu os trinta anos comemorados no último dia 05 de outubro de 2018. Festejamos; assim, os trinta anos de nossa Constituição da República Federativa do Brasil. Da mesma forma, destacamos o sempre pertinente Código de Defesa do Consumidor que completou seus 28 anos, em onze de setembro de 2018. Portanto, no Brasil, o consumidor tem garantias constitucionais e infraconstitucionais que, inclusive, vem sendo ampliadas seja pelos vereditos judiciais nos Tribunais, seja pelos PROCON´s, seja pela apreciação normativa da Secretaria Nacional do Consumidor – SENACON e, enfim, pela atuação de tantos Entes públicos e privados,

federados e municipalizados que somam esforços para a garantia do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC. Novos são os desafios de mercado e inovadoras devem se as soluções administrativo-jurídicas para lidar com tantos problemas relacionados às relações consumeristas como: obsolescência programada, diferenciação de preços ao consumidor, hipervulnerabilidade do consumidor superendividado, massificação contratual, publicidade enganosa no negócio consumerista, regulação da publicidade, regulação das FINTECHS de crédito no Brasil, consequências do descumprimento abusivo do contrato eletrônico, relações de consumo no mercado secundário dos sneakerheads, proteção do consumidor e as propostas de rotulagem de alimentos no Brasil, consumidor e a doutrina da proteção integral da criança e do adolescente, transparência nas relações de consumo, comércio eletrônico internacional, contratos de depósito e a responsabilidade civil na relação de consumo, juros na concessão de crédito bancário, responsabilidade civil pelo armazenamento de dados informáticos e tutela da privacidade na internet. O GT estrutura-se pelo aprimoramento intelectual de seus participantes e a difusão de suas pesquisas seja nos Anais do Evento CONPEDI, seja nos periódicos da Plataforma Index Law. Ainda uma última palavra de júbilo pelo reconhecimento prestado pelos conpedianos a três grandes colaboradores do Direito Brasileiro, quais sejam, os Professores Doutores José Alcebíades de Oliveira, Florisbal Del Homo e Claudia Lima Marques; sendo que, Esta última, tantos serviços tem prestado à causa consumerista tanto em solo Pátrio como exógeno ao Brasil. Aliás, fazemos coro à sua luta para que a reforma dos currículos de Direito, ora anunciada, possa ser repensada no sentido de não esquecimento das Disciplinas relacionadas ao Direito do Consumidor.

Até Goiânia em 2019.

Profa. Dra. Mariana Ribeiro Santiago – UNIMAR

Prof. Dr. Rogério da Silva – UPF

Prof. Dr. Everton Das Neves Gonçalves - UFSC

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO E O CONTEXTO JURÍDICO CONSUMERISTA BRASILEIRO

THE HYPERVULNERABILITY OVERINDEBTDNESS CONSUMER'S IN THE BRAZILIAN CONSUMERIST CONTEXT

Janaina do Nascimento Vieira [1]

Resumo

A crescente oferta de crédito contribuiu para a emergência à proteção do consumidor inserido neste contexto, uma vez que sua vulnerabilidade é agravada face da ausência de informações qualificadas e do assédio de consumo crescente e constante. A consequência é o superendividamento, que não atinge apenas o lado financeiro do indivíduo, mas, também, a sua dignidade. Por isso, a necessidade de analisar as medidas jurídicas de proteção deste consumidor, como forma de prevenir o superendividamento e proteger o consumidor já superendividado, utilizando-se a presente pesquisa do método dedutivo e de pesquisa referencial nacional e estrangeira.

Palavras-chave: Consumidor, Hipermodernidade, Crédito, Hipervulnerabilidade, Superendividamento

Abstract/Resumen/Résumé

The growing credit supply has contributed to the emergency to the protection of the consumer inserted in this context, their vulnerability are aggravated for the absence of qualified information and the constant consumer harassment. The consequence is the super-indebtedness that reaches not only the financial side of the consumer, but also his dignity. For all this characteristics, it is important to make the analyze for this theme to understand the legal measures of protection of this consumer, by the deductive method and through national and foreign referential research.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumer, Hypermodernity, Credit, Hypervulnerability, Overindebtedness

[1] Especialista em Direito Civil e Processo Civil (FGV) e em Direito Aplicado aos Serviços de Saúde (Estácio de Sá). Membro da Clínica de Combate ao Superendividamento do CESUPA. Advogada.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade de consumo está inserida em uma lógica de profusão de produtos, imagens, serviços, revelando-se nitidamente atrelada à sedução. Não se identifica com a percepção ao acumulo, mas com a ideia de escolhas, combinações personalizadas, substituição para satisfação dos desejos.

Neste contexto, caracteriza-se a sociedade de hiperconsumo, como aquela em que as insatisfações crescem mais rápido que as ofertas de felicidade. Consome-se mais, porém vive-se menos; quanto mais explodem os apetites de aquisição, mais se aprofundam os descontentamentos individuais. Desorientação, desapontamento, desilusão, desencanto, tédio, nova pobreza: o universo mercantilizado agrava metodicamente o mal do homem, deixando-o em estado de insatisfação irredutível (LIPOVETSKY, 2007).

O individualismo exacerbado atrelado à lógica de consumo constitui uma forma de servidão voluntária uma vez que aceitar todos os padrões estabelecidos é uma forma de evitar a exclusão social. Não há mais apenas a necessidade de comprar, mas de demonstrar para os demais que se obteve determinado bem de consumo para ser considerado como parte do grupo. A liberdade em comprar não está vinculada à necessidade natural, mas ao aspecto psicológico e ao social. É a falsa ideia de liberdade individual atrelada à necessidade de integração social através dos bens de consumo.

A sociedade de consumo tem como base a promessa de satisfação dos desejos humanos, em grau que nenhuma sociedade do passado pode ter alcançada. A promessa de satisfazer-se só permanece sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito, ou seja, a não concretização dos desejos é a toda hora renovada, reforçada, o que constitui os verdadeiros motores da economia voltada para o consumidor. Assim, a sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a insatisfação dos desejos de seus membros (OLIVEIRA, 2017).

A lógica consumista da hipermodernidade, portanto, é a procura da satisfação ilimitada dos desejos. O individualismo, influenciado pelo capitalismo e o Estado liberal, faz com que o indivíduo busque a satisfação eterna de seus desejos, marcada pelos bens de consumo, transformando o ciclo de consumo em um vício permanente. Assim, ao analisar a cultura do consumismo, atrelada à ausência da proteção jurídica efetiva do consumidor hipermoderno, a vulnerabilidade é aumentada com a facilitação da oferta de crédito. Neste contexto, surgem problemas econômicos e sociais, como o superendividamento.

Assim, tornou-se imprescindível o estudo sobre a hipervulnerabilidade do consumidor superendividado, bem como de que medidas se apresentam como eficaz no ordenamento

jurídico brasileiro, no que diz respeito à proteção do consumidor superendividado, nas fases pré e pós contratuais, considerando o Projeto de Lei 3.515/15, que propõe alterar o Código de Defesa do Consumidor para tutelar os interesses do consumidor em condição de superendividamento.

A partir da identificação da condição de hipervulnerabilidade do consumidor superendividado, o artigo analisa se os institutos propostos no PL 3.515/15 são eficazes para a tutela dessa categoria de consumidores em condição de risco. O objetivo do trabalho é demonstrar que as pessoas em condição de superendividamento necessitam de uma proteção jurídica diferenciada, ainda não existente no sistema jurídico brasileiro.

A pesquisa justifica-se pela necessidade de verificar se a proposta legislativa em trâmite no Congresso Nacional está em consonância com o tratamento doutrinário que vem sendo dado à condição de hipervulnerabilidade atribuída ao consumidor superendividado, bem como se os institutos a serem inseridos no ordenamento jurídico brasileiro, em caso de aprovação do projeto de lei, possibilitarão aos consumidores por eles impactados o resgate da sua condição de dignidade plena.

A base de pesquisa é bibliográfica, nacional e estrangeira, fazendo, primeiramente, uma análise sobre os aspectos da hipermodernidade para, a partir daí, se entender como o consumidor se torna hipervulnerável quando inserido à condição de superendividado. Em continuidade, é realizado um estudo comparado entre o direito americano e francês, bases do modelo jurídico brasileiro de proteção ao superendividamento, para posterior realização do estudo do Projeto de Lei 3515/15.

O artigo inicia apresentando a hipermodernidade e vulnerabilidade do consumidor, analisando o crédito e algumas formas de concessão. Posteriormente demonstra-se como o superendividamento poderá influenciar a dignidade da pessoa humana, uma vez que a condição de superendividado impacta, inclusive, a autonomia de vontade do individuo. Adiante, expõe-se o superendividamento em si: a conceituação, os modelos americano e francês e o Projeto de Lei 3.515/15, para concluir-se pela possibilidade de tutela jurídica eficaz do consumidor superendividado a partir do novo regramento proposto.

2 HIPERMODERNIDADE, VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E CRÉDITO

O dinamismo das relações econômicas de consumo impõe não apenas novos padrões estéticos, mas altera constantemente as predileções do consumidor, como forma de realizar contratações e relações no mercado. O consumidor, influenciado por uma sociedade do hiperconsumo, torna-se altamente vulnerável diante da constante necessidade de consumir.

O consumo descontrolado gera um somatório de dividas que, em muitos casos, vão além da capacidade financeira do indivíduo, o que é consequência da sociedade hipermoderna, uma vez que transformou o ato de consumir em status, indo além da necessidade natural de sobrevivência.

É importante destacar que a sociedade pós-industrial – hipermoderna, conforme entendimento de Gilles Lipovetsky, é voltada aos serviços mediante ondas de sedução dos indivíduos. É a remodelação de acordo com o processo sistemático de personalização, cuja finalidade consiste essencialmente em aumentar e diversificar a oferta, oferecer mais para que se possa escolher melhor, em substituir a indução uniforme pela livre escolha, a modificação da homogeneidade pela pluralidade, austeridade pela satisfação dos desejos (LIPOVETSKY, 2005).

É uma sociedade de sedução, uma vez que a oferta de produto e serviços está atrelada a uma lógica de pertencimento social e satisfação individual. O mercado vende uma ideia como padrão a ser seguido ou alcançado e os consumidores se atrelam essa ideia como objetivo individual de vida, como se aquele padrão vendido fosse seu próprio desejo mais íntimo. Guy Debord define esse tipo de sociedade como o espetáculo:

> El espectáculo, considerado en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto de un modo de producción existente. No es un suplemento al mundo real ni su decoración superpuesta. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de entretenciones, el espectáculo constituye el *modelo* presente de la vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de una elección *ya hecha* en la producción, y u corolario consumo. La forma y el contenido del espectáculo son idénticamente la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. Es también el espectáculo la *presencia permanente* de esta justificación, en tanto que acaparamiento de la parte principal del tiempo vivido fuera de la producción moderna. (DEBORD 2007, p. 09).

Assim, diante da crescente necessidade do indivíduo se mostrar inserido na sociedade, o consumidor surge como o ponto central da economia de mercado. O ato de consumir torna-se sinônimo da busca de experiências emocionais, marcadas pela alta intensidade do imediatismo. A felicidade, então, passa a ser buscada através das relações de consumo. O consumidor internaliza que o modo de vida, os prazeres e os gostos estão diretamente ligados com sistema de comércio. Assim, a sociedade hipermoderna funciona como uma sociedade de desorganização psicológica que se apresenta de forma subjetiva, de satisfação imediata, em busca de uma felicidade intangível, já que os padrões são voláteis e modificados conforme a necessidade mercantil de vender. No mesmo sentido:

> A era hipermoderna é marcadamente paradoxal, na medida em que possibilitou a coexistência de valores completamente antagônicos. Essa conjuntura reflete diretamente no posicionamento do homem contemporâneo, que, diante de tantos avanços e da exigência de que se acompanhe todos eles sob pena de exclusão social, vê-se nulificado e inevitavelmente absorvido pela lógica predatória do mercado. (VERBICARO; RODRIGUES, 2017, p. 09)

No que diz respeito à caracterização da vulnerabilidade do consumidor, ela está relacionada com a ausência de qualquer instrumento para resistir ao poderio econômico das empresas, bem como aos erros técnicos e falhas no processo produtivo, de informações inadequadas ou inexistentes sobre os diferentes produtos e serviços, da publicidade enganosa e de cláusulas abusivas, atrelado ao excessivo assédio de consumo em que o consumidor constantemente está sujeito (CANTO, 2013).

A vulnerabilidade, portanto, decorre da ideia de que o consumidor está potencialmente sujeito a ser ofendido, seja no sentido físico, psíquico ou econômico do termo. Conforme Rodrigo Canto (2013, p. 189) "o consumidor deve ser protegido pela lei, não é porque ele é sistematicamente lesionado, mas porque suscetível de sê-lo, pela simples razão de defender-se mal, de não estar bem armado para fazer frente ao seu parceiro adversário". O conceito de vulnerabilidade, no entanto, não se confunde com incapacidade. Caracteriza-se pela propensão em sofrer danos no próprio contexto que está inserido, a sociedade de consumo.

A categoria vulnerável justifica um olhar normativo social e está relacionada à potencialidade lesiva do dano. A mulher, por exemplo, está mais suscetível a abordagem da indústria cultural porque dela é exigido um padrão social diferenciado dos demais. Os idosos apresentam menor empoderamento econômico, maiores limitações físicas e emocionais. Sabendo dessas carências, são categorias que sofrem maior abordagem no assédio de consumo. Neste sentido, é fato, considerando tal circunstância de fragilidade agravada, a justificação da tutela jurídica diferenciada.

O ponto de partida para reconhecimento da vulnerabilidade é a inferioridade econômica, ou seja, a incapacidade de dialogar com os meios de produção e de lidar com abordagem padronizada na contratação de produtos e serviços, a partir do qual várias subespécies se desenvolvem, como a vulnerabilidade informacional, vulnerabilidade comportamental, por exemplo.

É importante reconhecer a vulnerabilidade do consumidor diante da propagação das práticas comerciais coercitivas. A principal abordagem é a padronização do consumidor como ser genérico. O comércio se despersonaliza, o que caracteriza a indústria cultural. O consumidor é um agente ativo e altamente influenciado pela sociedade de consumo,

considerado, ao mesmo tempo, persona com identidade cultural. É um sujeito consciente sobre seus direitos e seu papel com grande influência das pressões do mercado, por isso, considerado vulnerável (MARQUES, 2011a).

O indivíduo que não faz parte do padrão é excluído e, assim, se vê obrigado a seguir as características massificadas pela indústria cultural, através do consumo, para ser aceito na sociedade.

> As interpretações comuns do comprar compulsivo como manifestação da revolução pós-moderna de valores, a tendência a representar o vício das compras como manifestação aberta de instintos materialistas e hedonistas adormecidos, ou como produtos de uma "conspiração comercial" que é uma incitação artificial (e cheia de artes) à busca do prazer como propósito máximo de vida. (BAUMAN, 2010, p. 104)

Ainda destaca este mesmo autor que a contratação de crédito não é resultado do insucesso bancário, mas sim de um extraordinário sucesso por tornar homens devedores, na medida em que fazer novas dividas é o meio de solucionar as já contraídas. Assim, torna-se um ciclo em que a oferta de crédito é uma forma de satisfazer as necessidades consumistas individuais (BAUMAN, 2010).

É um processo capitalista que se iniciou com a necessidade estatal de liberar o movimento de capitais, desregulamentar e desbloquear seus sistemas financeiros. Conforme o pagamento dos salários tornou-se mensal, na década de 1960, surgiu a obrigação do assalariado em abrir contas em bancos e correios. Isso aumentou a escala de operação de crédito, bem como as aplicações em curto e muito curto prazo. Os bancos aproveitaram para começar a internacionalização (CHESNAIS, 2005).

A partir da abertura do crédito, apresentaram-se inúmeros e invariáveis instrumentos de realização de investimentos, despesas, aquisições de bens, dentre outros, para que o consumidor se torne devedor, como: cartões de crédito, cheque, cheque especial, crediários, empréstimos bancários, etc. (OLIVEIRA, 2017).

A relação entre consumidor e fornecedor de crédito é complexa em face do objeto em si da contratação. Para o consumidor, o crédito será visto como forma de inclusão social. Para fornecedores representa lucro e expansão da atividade. Destaca-se que há regulamentação da concessão de crédito, por meio do Código de Defesa do Consumidor, Código Civil, FEBRABRAN e Banco Central. No entanto, os instrumentos normativos são elaborados de modo que o ônus do fornecedor é mínimo. Ademais, não se vem conseguindo elaborar deveres jurídicos e imposição de medidas eficazes para coibir o risco do crédito e, consequentemente, o superendividamento.

O cartão de crédito ganhou enorme relevância como instrumento de acesso ao crédito. A facilitação e a segurança no seu uso o transformaram em um instrumento de grande utilização pelo consumidor. A possibilidade de parcelamento ganhou adeptos pela segurança e suposta facilidade para pagamento. Ocorre que o uso irracional do cartão é fato gerador para o superendividamento, haja vista que o crédito continua a ser concedido pelo fornecedor sem informações atualizadas da situação financeira do devedor. Assim, na busca incessante em consumir, o individuo torna-se vulnerável, vez que a facilitação em comprar se torna sinônimo em facilitação em se superendividar, em razão dos gastos além da real situação financeira.

O cheque também se apresenta como instrumento de crédito, apesar do uso reduzido, principalmente no seu uso pós-datado nas relações mercantis. Os empréstimos e financiamentos bancários são a contratação entre o cliente, ora consumidor, e o banco, em prazo determinado, acrescido de juros. No primeiro caso, não é necessária especificar a destinação do dinheiro ao realizar a contratação, no entanto, no segundo caso, a concessão do crédito será direcionada a obtenção de objeto ou situação específica. Ocorre que a implicação de juros é tão alta que o valor pago ao final da operação será muito superior ao empréstimo ou financiamento realizado. A desmaterialização da moeda é também um facilitador ao acesso de crédito. Não é necessário o fornecimento físico do dinheiro, apenas do crédito, o que pode ser um meio de descontrole de gastos caso não haja um uso racional.

Neste sentido, é fato que os meios facilitadores de obtenção de crédito, inserido em uma sociedade de consumo, em que a busca pelo prazer individual está atrelada em consumir, cada vez mais, torna o consumidor altamente vulnerável com relação ao superendividamento.

3 O PAPEL DO CRÉDITO NA PROMOÇÃO DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA E A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO

A sociedade de consumo caracteriza-se por colocar o consumo numa posição de núcleo gravitacional, condicionando a auto identificação do homem, a linguagem, a liberdade, a igualdade e a dignidade. Consumir é forma de linguagem social e sua impossibilidade representa no inconsciente a sensação de exclusão, não pertencimento e inferioridade.

O mínimo existencial, além da noção de sobrevivência, incluindo-se, em seu conteúdo, as condições que possibilitem o mínimo de inclusão social na sociedade de consumo. Para Verbicaro e Ataíde (2017), o crédito deixa de ser visto sob o ponto de vista da geração de

lucro e é encarado como um elemento de capacidades para o indivíduo suprir suas necessidades, auferindo uma liberdade substantiva de desenvolvimento.

Neste sentido, o crédito passa a ganhar um status de instrumento concretizador fundamental da vida humana e, assim, proporcionador de dignidade. No entanto, a oferta desenfreada de crédito ocasiona o superendividamento, que atinge o mínimo existencial, impossibilitando o consumidor nesta condição de dispor da própria autonomia de vontade.

O consumidor superendividado é considerado hipervulnerável, principalmente no que diz respeito à hipervulnerabilidade informacional. A má-qualidade e a assimetria das informações estão como ponto de tensão qualificada entre o consumidor e o fornecedor. O direito à informação é importante para o desenvolvimento sadio das relações, no entanto, a oferta de credito é tão cotidiana que as informações fornecidas são indiferentes às individualidades do consumidor (VERBICARO, ATAÍDE, 2017).

É necessário o oferecimento de informações ao consumidor na fase pré-contratual. Não é suficiente a mera disposição da informação, mas sim o processamento e a compreensão do seu conteúdo, devendo ser contextualizadas na realidade socioeconômica do consumidor. Informar não apenas sobre a concessão, mas sobre o pagamento, bem como quais potenciais consequências na esfera subjetiva do contratante, de modo que possibilite ao consumidor analisar se será vantajoso ou não contratar o crédito. As informações claras, completas, ostensivas e personalizadas pelas instituições bancárias ajudariam como forma de prevenção ao superendividamento.

Ademais, o consumidor de crédito apresenta pouca liberdade de escolha. Ele é atraído para esta relação com um agravante: diferentemente dos demais serviços e produtos em que o consumidor pode identificar a diferença de qualidade na atuação entre um fornecedor e outro, os serviços de crédito carecem desta “individualidade”, em especial pelo fato deste segmento compartilhar o mesmo padrão de conduta, deixando o consumidor com escolha limitada (VERBICARO, ATAÍDE, 2017).

O que ainda torna o consumidor mais vulnerável é a crescente oferta de crédito tomada pelo assédio de consumo. Na maioria dos casos, a publicidade explora a necessidade ao crédito em contraponto com a oferta como solução, dificultando qualquer percepção mais crítica da tomada de crédito. Consumir mais é visto como a solução para o superendividamento, o que em primeira vista parece contraditório, porém é entendido como a salvação, uma vez que se entende a oferta de crédito como uma forma de sair do endividamento excessivo, não observando que essa estratégia poderá causar mais superendividamento.

Neste sentido, face da ausência informacional e do crescente assédio de consumo relacionado à oferta de crédito, os consumidores tornam sua vulnerabilidade ainda mais acentuada. Para Verbicaro e Ataíde (2017), a hipervulnerabilidade do consumidor de crédito não apenas autoriza como também exige o reenquadramento da oferta do crédito em outro patamar de controle, mais rigoroso e eficaz, inclusive do Estado.

A oferta de crédito é perigosa, por isso a necessidade de ser tratada através de medidas concretas que abarquem, principalmente, o dever de informação qualificada e o aconselhamento constante e eficaz do consumidor, de forma individualizada, para evitar o superendividamento.

4 SUPERENDIVIDAMENTO NO BRASIL E CENÁRIO ECONÔMICO

O estado de superendividamento é conceituado como a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas suas dívidas atuais e futuras de consumo em um tempo razoável com a sua capacidade de renda e patrimônio (MARQUES, 2005, *apud* BUCAR, 2017).

O superendividamento também pode ser definido como a impossibilidade manifesta, durável e estrutural do consumidor de boa-fé adimplir o conjunto de suas dívidas não profissionais exigíveis e a vencer (excluindo as alimentícias, delituosas e fiscais), considerando o montante de débito em relação à sua renda e patrimônio pessoais (KIRCHERNER, 2008).

Para Lima (2010, p. 12) superendividamento pode ser:

> Identificado como a falência ou insolvência dos consumidores e definido pelas situações em que o devedor se vê impossibilitado, de uma forma durável ou estrutural, de pagar o conjunto de suas dívidas, ou mesmo quando existe uma ameaça séria de que não o possa fazer no momento em que elas se tornem exigíveis.

Ao observar os conceitos supramencionados, identifica-se a ideia de inadimplemento, gerada pela ausência de patrimônio para satisfação das obrigações assumidas pelo consumidor.

Como forma de prevenção ao superendividamento, medidas devem ser definidas com base no principio da boa-fé objetiva. Assim, a Declaração de Salvador, aprovado pelo Comitê de Defesa do Consumidor do Mercosul, ratificou a proteção do consumidor, nas seguintes vertentes: a) controle de propaganda enganosa em relação a crédito gratuito; b) medidas contra a concessão de crédito irresponsável, dentre as quais, qualquer prática que se prevaleça da fraqueza ou ignorância do consumidor; c) acesso a informações claras, precisas

escritas sobre a relação contratual; d) possibilidade de exercício do direito do arrependimento e, e) aconselhamento quanto ao crédito pretendido (BUCAR, 2017).

No que diz respeito às causas do superendividamento no país, ressalta-se:

> O estímulo ao consumo e ao consequente superendividamento das famílias brasileiras também é um reflexo do chamado novo desenvolvimento, expressão utilizada pelos autores como Nelson Barbosa, João Sicsú e Armando Castelar, dentre outros, que adotam a ideia de que a política econômica dos presidentes Lula e Dilma resultou na adoção de um novo modelo de desenvolvimento caracterizado pelo estímulo ao crescimento, acompanhado de uma política distributiva. Contudo, essa nova política revelou o fracasso do neoliberalismo, que não foi capaz de superar a crise do modelo e ainda piorou as condições econômicas e sociais do País. (OLIVEIRA, 2017, p. 85-86).

No mesmo sentido, Oliveira e Reymão (2016, p. 10):

> O resultado dessas políticas expansionistas foi um forte crescimento do PIB (de 4%, em 2006 para 6,1%, em 2007 e 5,1% em 2008), com aumento da taxa média investimento (de14,8% para 16,6% do PIB entre o primeiro trimestre de 2006 e o de 2008), do consumo das famílias (de 3,3% para 3,45% do PIB de 2006 a 2008), do investimento público e do investimento da Petrobras, além da elevação de lucros e salários e expansão no crédito, chegando a 40% do PIB, em 2008 contra 28% em 2005 e 30,7% em 2006. Porém, se de um lado permitiram as melhoras distributivas, como o aumento do poder de compra do salário mínimo, a expansão dos salários reais, a redução da taxa de desemprego e a inclusão bancária, por outro lado, levaram um forte endividamento das famílias, além da elevação da taxa de inadimplência. No setor bancário, a taxa que mede os atrasos superiores a noventa dias foi de 5% em 2006, com crescimento de 0,8 p.p. em relação a 2005. Para as pessoas físicas, a inadimplência foi de 7,6% em 2006 (aumento de 0,9 p.p.), enquanto que as pessoas jurídicas as taxa foi de 2,7% (aumento de 0,7 p.p). A decomposição do *spread* bancário do Relatório de Economia Bancária e Crédito de 2007 mostra que houve um forte acréscimo do componente associado à inadimplência, que era 32% em 2003 e passou a mais de 37% em 2007.

Com a crise internacional de 2008, o governo brasileiro reduziu as alíquotas do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para a compra de automóveis, conforme Medida Provisória 451 e Lei nº 6687/2008, ampliada, posteriormente, para o consumo doméstico. Essas medidas ajudaram a recuperação da economia brasileira. No entanto, conforme Oliveira e Reymão (2016), a queda do PIB de 7,53% para 2,73% em 2011 foi superior ao esperado pelo Governo, pois além das medidas restritivas da política econômica, o cenário econômico internacional piorou muito ao longo desse ano e a tendência continuou nos anos seguintes. Passadas as eleições de 2014, o governo, através de ajustes fiscais, inverteu o quadro negativo, mas o crescimento econômico continuou muito baixo.

A situação econômica brasileira piorou nos anos seguintes. Em 2015 e 2016, o PIB brasileiro caiu, confirmando a maior recessão da história brasileira. (CURY; SILVEIRA, 2017). Em 2017, o PIB cresceu 1% (GAZZONI; SILVEIRA, 2018).

Para Sicsú (2018, p. 01) não se vislumbra uma boa perspectiva para crescimento econômico brasileiro no ano de 2018:

> Estamos completamente paralisados. Não temos ninguém para lançar corda ou escada no poço. A crise política permanece. E as políticas de austeridade permanecem. Não é que a gente não tem um plano (de recuperação). Os fatores que levaram à depressão estão aí, deixando o nosso cidadão no fundo do poço.
> O economista ainda considera "nebuloso" o cenário do mercado de trabalho depois da entrada em vigor da Lei 13.467, de "reforma" da legislação trabalhista. "Ainda não temos muitos parâmetros", comenta, acrescentando que a situação já era desastrosa antes. O estoque de empregos formais caiu acentuadamente.

Todos esses parâmetros econômicos do país contribuem diretamente para o endividamento dos indivíduos. O ingresso de novos consumidores nas classes de renda de maior poder aquisitivo resultante dessa política teve 32 milhões de consumidores das classes D/E subindo para a classe C entre 2003 e 2011, porém, em 2012 os dados do Índice de Expectativas das Famílias do IPEA mostrava que 9,1% das famílias brasileiras estavam endividadas, quadro que piorava nas de menor rendimento: 13,5% das famílias com rendimento até 01 salário mínimo estavam endividadas (OLIVEIRA, REYMÃO, 2016, p. 15).

Com aumento da crise econômica do país, influenciada pela insegurança ocasionada pela crise política, o brasileiro foi atingido diretamente. O aumento do desemprego e das taxações diminuiu a capacidade econômica do consumidor, atrelado à necessidade de consumir e a influência do assédio de consumo, foram características essenciais para o aumento do superendividamento.

4.1 A TUTELA JURÍDICO DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO: MODELO AMERICANO E FRANCÊS

A arquitetura de um sistema de proteção do consumidor superendividado no Brasil pode aproveitar elementos do modelo americano e do modelo francês, com as adaptações necessárias ao contexto social, político, econômico e jurídico da sociedade brasileira.

O modelo americano, também conhecido por *fresh start*, é a proposta de solução do superendividamento pessoal americano. Os devedores gerais podem ser mantidos no capítulo 07 ou 13 do Bankruptcy Act. O devedor deverá solicitar a liquidação imediata do patrimônio e requerer a rápida extinção das obrigações, nos casos enquadrados no capítulo 07, ou manter

a propriedade dos bens com a apresentação do Plano de Pagamento das Dívidas em período determinado, conforme capítulo 13. Bucar (2017, p. 134) define:

> O capítulo 7 trata de liquidação do patrimônio do devedor, sucedida por uma rápida extinção das dívidas não pagas. A liquidação célere é indicada, sobretudo, aos devedores que não contam com renda permanente e encontram-se de alguma forma, em sensível estado de endividamento e pobreza financeira. Para submeter e obter o *fresh start* do capítulo 7, o devedor deve preencher determinados requisitos inseridos no BAPCPA (*means test*), demonstrar o estado crítico de endividamento e comprovar relativa boa-fé na impossibilidade de pagamento. Caso não sejam observados os pressupostos, haverá presunção de abuso quanto ao pedido e o devedor poderá transferir e adequar sua recuperação patrimonial ao plano de pagamentos do capítulo 13.

No que diz respeito ao capítulo 13, Bucar (2017, p. 137) afirma:

> O ponto fundamental do capítulo 13 é apresentação do chamado *repayment plan*. Ao apresentar o pedido de concurso, o devedor deverá expor os mesmos dados patrimoniais e financeiros que forneceria para acessar o capítulo 7, no entanto – seja porque o superendividado não é elegível para se submeter à liquidação de seus bens por meio do aludido capítulo, seja porque não pretende ver seu acervo responsável excutido – o devedor deverá apresentar, em até quatorze dias depois de submeter seu requerimento para análise, um plano de recuperação e retomada de pagamentos.
> O plano deverá prever pagamentos em um período de três a cinco anos, cujas parcelas deverão ser projetadas com base em certa renda disponível, na qual não se computam os gastos habituais do devedor.

O modelo americano vê o consumidor como empreendedor na sociedade de consumo. Por isso, é importante oportunizar ao consumidor uma nova chance financeira e evitar sua colocação à margem social.

Já o modelo francês é voltado aos planos de pagamento. Eles podem ser acordados consensualmente pelas partes ou impostos pelo juiz. Trata-se de uma alternativa possível para solucionar o endividamento por meio de uma programação. Neste sentido, o devedor efetua o pagamento aos credores durante determinado período. Como resultado, o devedor tem que trabalhar para reembolsar as dívidas, sendo submetido a uma rigorosa disciplina no que diz respeito aos gastos pessoais e a sua subsistência.

O procedimento francês é formado por duas fases. A primeira delas, de natureza administrativa e consensual, perante a Comissão de Superendividamento, e a segunda, coercitiva no Poder Judiciário. Iniciado o procedimento, haverá uma avaliação sobre a caracterização da situação de superendividamento e, em caso positivo, haverá a tentativa de conciliação (OLIVEIRA, 2017).

Restando infrutífera a fase de conciliação, abre-se a fase judicial também com ênfase aos planos de pagamento. Logo, tanto na fase judicial, quanto na consensual, enfatiza-se a

elaboração de plano de pagamento com medidas que avaliam o endividamento do consumidor. Porém, para solucionar situações graves e denominadas de superendividamento ou insolvabilidade, nas quais o devedor não dispõe de bens e nem de recursos para pagamento das dívidas, o legislador francês avançou e criou as medidas extraordinárias que inclui a exclusão da moratória e o perdão parcial das dívidas (OLIVEIRA, 2017).

No que diz respeito à prevenção do superendividamento no Brasil, para Oliveira e Reymão (2016, p. 41):

> A ratificação do modelo o francês (plano de pagamentos) e o norte americano (perdão de dívidas), sob uma perspectiva de convergência mostram-se salutar para a prevenção do superendividamento no Brasil, já que nem sempre a opção do plano de pagamentos poderá ser exequível, restando clara a necessidade de utilização do modelo francês em determinados concretos. Defendem que perspectiva certamente será factível e deverá ser integrada ao PL nº 283/2012, para que o arcabouço jurídico existente seja aperfeiçoado, tornando-se modo mais claro, preciso, objetivo e completo na tutela dos direitos dos consumidores pessoas físicas em situação de superendividamento.

A atualização do Código de Defesa do Consumidor apresenta uma proposta para regular os contratos de crédito ao consumo e o superendividamento, incorporado no PL 3515/15, que tramita atualmente na Câmara dos Deputados, incluindo 11 artigos, mas com o objetivo principal de prevenção ao superendividamento da pessoa física, com a promoção do crédito responsável e a educação financeira do consumidor para evitar sua exclusão social e o comprometimento do seu mínimo existencial, sempre com base nos princípios da boa-fé e da função social do crédito ao consumidor.

4.2 CONSIDERAÇÕES ACERCA DO PROJETO DE LEI 3.515/15

O Projeto de Lei do Superendividamento foi apresentado pelo Senador José Sarney com intuito de alterar a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e o artigo 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. O Projeto ganhou a numeração PL n° 3515/15 na Câmara dos Deputados, e ainda está em tramitação na referida casa legislativa.

Destaca-se por trazer inovações com relação à proteção do superendividado nas fases pré-contratual, contratual e pós-contratual. É importante destacar a alteração proposta no artigo 5º, inciso VI do CDC, que dispõe sobre os instrumentos de execução da Política Nacional de Relações de Consumo, mecanismos de prevenção e de tratamento extrajudicial e

judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, visando garantir a dignidade da pessoa humana.

No artigo 6º, inciso XI, estabelece, como direito básico do consumidor, a garantia de prática de crédito responsável, da educação financeira, de prevenção e de tratamento de situações de superendividamento, preservando o mínimo existencial do consumidor.

A modificação de maior destaque é a Seção IV do CDC, correspondentes aos artigos 54-A ao 54-G. As prescrições tem por finalidade prevenir o superendividamento da pessoa física, promover o acesso ao crédito responsável e a educação financeira do consumidor para evitar a sua exclusão social e o seu comprometimento das mínimas condições sobrevivência, sempre com base nos princípios da boa-fé, a função social do crédito ao consumidor e do respeito à dignidade (OLIVEIRA, 2017, p. 157).

O parágrafo primeiro do artigo 54-B ressalta o dever de informação. O consumidor deverá receber do fornecedor de crédito ficha informativa clara e objetiva com todas as informações de forma resumida e que estão no instrumento contratual.

No artigo 54-C é vedado expressa ou implicitamente na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não, fazer referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, “taxa zero” ou semelhantes, para evitar o assédio ou pressionar o consumidor a contratar o fornecimento do produto, inclusive à distância ou por meio eletrônico e telefônico (OLIVEIRA, 2017).

O artigo 54-D, inciso I, está relacionado ao dever de informação ao impor que previamente à contratação, o consumidor deve ser informado e esclarecido sobre a natureza e a modalidade do crédito e todos os custos incidentes, bem como, sobre as consequências do inadimplemento. O fornecedor deverá avaliar capacidade e condições do consumidor de pagar a dívida contratada, mediante a solicitação da documentação necessária e das informações em bancos de dados (OLIVEIRA, 2017).

O artigo 54-E apresenta que nos contratos em que o modo de pagamento da dívida envolva autorização prévia do consumidor em consignação em folha de pagamento, a soma das parcelas reservadas para o pagamento das dívidas não poderá ser superior a 30% da sua remuneração mensal líquida, para preservar o mínimo existencial. Em caso do descumprimento, o consumidor poderá solicitar a revisão do contrato ou a sua renegociação, hipóteses em que o juiz poderá adotar medidas de dilação do prazo de pagamento previsto originalmente para adequar ao referido diploma, sem acréscimo nas obrigações do consumidor. Já o parágrafo segundo e terceiro reforçam o direito de arrependimento (OLIVEIRA, 2017, p. 160).

O artigo 54-H amplia as práticas abusivas já consagradas pelo direito consumerista, dentre as quais: realizar e proceder à contratação ou ao débito em conta, de qualquer quantia que houvesse sido contestada pelo consumidor em compras realizadas com cartão de crédito ou em similar, enquanto não for adequadamente solucionado a controvérsia, desde que o consumidor tenha notificado a administradora do cartão com antecedência de pelo menos 07 dias da data vencimento da fatura, sendo proibido a manutenção do valor na fatura seguinte e assegurado ao consumidor o direito a deduzir, do total da fatura, o valor em discussão.

Descreve também como prática abusiva a recusa ou a não entrega ao consumidor de cópia da minuta do contrato principal do consumo ou de crédito, em papel ou outro suporte duradouro, disponível e acessível, e, após a conclusão, de cópia do contrato em versão final e definitiva, bem como impedir ou dificultar, em caso de utilização fraudulenta do cartão de crédito ou meio similar, que o consumidor peça e obtenha a anulação ou imediato bloqueio do pagamento ou a restituição dos valores imediatamente recebidos (OLIVEIRA, 2017).

A grande inovação do projeto de lei é a possibilidade da conciliação no superendividamento, previsto no artigo 104-A. A requerimento do consumidor superendividado, o juiz poderá determinar a instauração de processo de repactuação de dívidas, com a realização de audiência conciliatória, presidida por ele ou por conciliador, com a presença de todos os credores, na qual será apresentada proposta de plano de pagamento com prazo de até 05 anos, preservado o mínimo existencial. O parágrafo 1º do artigo 104-A exclui o processo de repactuação as dívidas de caráter alimentar, fiscal e oriundas de contratos celebrados dolosamente, bem como os contratos de crédito com garantia real, financiamento imobiliário e os contratos de crédito rural (OLIVEIRA, 2017). Conforme paragrafo 2º do artigo 104-A, o não comparecimento injustificado de qualquer credor acarretará a suspensão da exigibilidade do débito e a interrupção dos encargos de mora.

Em caso de conciliação, a sentença judicial que homologou o acordo descreverá o plano de pagamento da dívida, tendo eficácia de título executivo e força de coisa julgada, devendo constar do plano, a referência dos prazos de pagamentos, redução dos encargos da dívida ou da remuneração do fornecedor, dentre outros, destinados a facilitar o pagamento das dívidas. Deverá constar também a referência à suspensão ou extinção das ações judiciais em curso, o termo inicial da qual será providenciada exclusão do consumidor de bancos de dados e de cadastro de inadimplentes, além do condicionamento de seus efeitos de abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem no agravamento da sua situação de superendividado. (OLIVEIRA, 2017).

Todas as estratégias previstas no projeto de lei decorrem da assimilação dos modelos americano e francês de tutela das pessoas em condição de superendividamento, a partir do reconhecimento de sua condição de vulnerabilidade diferenciada, e buscam dar um tratamento efetivo ao problema do endividamento em série, para que os consumidores submetidos a essa condição consigam resgatar a dignidade afetada por essa armadilha da sociedade de consumo contemporânea.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, é muito fácil realizar transações financeiras. O consumidor, influenciado por uma sociedade do hiperconsumo, torna-se altamente vulnerável diante da constante necessidade de consumir mais, sem com que o direito do consumidor acompanhe a evolução sobre a oferta de crédito no mercado.

O papel do direito consumerista é justamente dar condições para maior eficácia das normas protetivas dos consumidores, preservando as conquistas desses indivíduos que têm sua vulnerabilidade agravada quando inseridos em um contexto de superendividamento. Considerando as lacunas legislativas, o desrespeito ao direito à informação, bem como, ao assédio de consumo, o consumidor acabou por ocupar uma condição de hipervulnerabilidade.

As alterações pretendidas pelo PL 3.515/15 são importantes para proteger o consumidor antes, durante e posterior à contratação. Elas também são importantes por: defender o consumo racional e de boa-fé, além de possibilitar a conciliação do devedor com seus credores através da apresentação do plano de pagamento no prazo previsto em lei. Todas essas são medidas com objetivo de diminuir a vulnerabilidade agravada em razão do superendividamento da pessoa-física.

Neste sentido, verificado o atual posicionamento do consumidor na hipermodernidade, cujo consumo se tornou uma necessidade real até para satisfação psíquica individual da pessoa humana, não é admissível ignorar a hipervulnerabilidade do consumidor superendividado.

No entanto, apesar da evolução trazida pelo projeto de lei em referência, ele encontra-se paralisado na Câmara dos Deputados sem perspectiva de movimentação. Enquanto o próprio sistema político não entender a necessidade de proteção do consumidor vulnerável através de leis próprias face o hiperconsumo, a oferta de crédito facilitada e da crise econômica a qual o país está inserido, a aplicação das normas existentes ainda será ineficaz para verdadeira proteção dos direitos e garantias nas relações de consumo, quadro este que

precisa ser alterado urgentemente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zigmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BUCAR, Daniel. **Superendividamento**: Reabilitação Patrimonial da Pessoa Humana. São Paulo: Saraiva, 2017.

CANTO, Rodrigo. Direito do consumidor e vulnerabilidade no meio virtual. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 22, n.87, p.179-209, maio – jun, 2013.

CURY, Anay. SILVEIRA, Daniel. PIB recua 3,6% em 2016, e Brasil tem pior recessão da história. **G1.** Rio de Janeiro, 07 mar 2017. Disponível em https://g1.globo.com/economia/noticia/pib-brasileiro-recua-36-em-2016-e-tem-pior-recessao-da-historia.ghtml Acesso em 06 ago 2018

CHESNAIS, François. **A Finança Mundializada**.1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2005.

DEBORD, Guy. **La Sociedad del Espetáculo**. Valencia: Pré-Textos, 2007.

GAZZONI, Marina. SILVEIRA, Daniel. PIB brasileiro cresce 1,0% em 2017, após 2 anos de retração. **G1**. Rio de Janeiro, 01 de mar de 2018. Disponível em < https://g1.globo.com/economia/noticia/pib-brasileiro-cresce-10-em-2017-apos-2-anos-de-retracao.ghtml> Acesso em 06 ago 2018

KIRCHNER, Felipe. Os novos fatores teóricos de imputação e caracterização do tratamento do superendividamento de pessoas físicas. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 17, n 65, p. 63 – 113, jan – mar, 2008.

LA BOÉTIE, Étienne. **Discurso sobre a Servidão Voluntária.** Lisboa: Antígona, 2016.

LIMA, Clarissa Costa de. **O Tratamento do Superendividamento e o Direito de Recomeçar dos Consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

_____. O Mercosul e o desafio do Superendividamento. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 19, n. 73, p. 185 – 205, jan/mar. 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Era do Vazio**: Ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole: 2005.

_____. **A Felicidade Paradoxal:** Ensaios sobre a Sociedade do Hiperconsumo. Lisboa: Edições, 2007.

_____**. Da Leveza:** Rumo a uma civilização sem peso. São Paulo: Amarilys: 2016.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo:** Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras: 2013.

MARQUES, Cláudia Lima. **Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

_____. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O Novo Regime das Relações Contratuais.** São Paulo**:** Revista dos Tribunais, 2011a.

_____ A insuficiente proteção do consumidor nas normas de direito internacional privado. Da necessidade de uma Convenção Interamericana (CDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. *In:* MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno (Orgs.). **Direito do consumidor: vulnerabilidade do consumidor e modelos de proteção**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011b.

MARQUES, Cláudia Lima. MIRAGEM, Bruno. **O Novo Direito Privado e a Proteção dos Vulneráveis**. São Paulo: RT, 2016.

NUZZI, Vitor. Quem comemora 'recuperação' não conhece economia nem história, diz Sicsú. **Rede Brasil Atual**, São Paulo, 23 abril 2018. Disponível em http://www.redebrasilatual.com.br. Acesso em 27 maio 2018.

OLIVEIRA, Felipe Guimarães. **Direito do Consumidor Superendividado**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

OLIVEIRA, Felipe Guimarães de; REYMÃO, Ana Elizabeth Neirão. **O Superendividamento do Consumidor no Brasil: Um Debate Necessário entre o Direito e a Economia no Século XXI.** XXV, In: Encontro CONPEDI, 2016, Brasília, p. 23-43, CONPEDI, 2016.

VERBICARO, Dennis; ATAIDE, Camille. O crédito como objeto de tensão qualificada na relação de consumo e a necessidade de prevenção ao superendividamento. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, Porto Alegre, v. especial, n 36, p. 73-89, out. 2017.

VERBICARO, Dennis. RODRIGUES, Lays Soares dos Santos. Reflexões sobre o Consumo Hipermoderno: O diagnóstico de uma sociedade confessional. **Revista Direito em Debate.** Ijuí, v 26, n. 48, p.. 342-363, jul – dez, 2017.