



FACULDADE BAIANA DE DIREITO

CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

ÉRICA MENEZES VAZ

**O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO À LUZ DO
DIREITO DO CONSUMIDOR.**

Salvador

2015

ÉRICA MENEZES VAZ

**O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO À LUZ DO
DIREITO DO CONSUMIDOR.**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Direito, Faculdade Baiana de Direito, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientadora: Prof^a. Flávia Marimpietri.

Salvador

2015

TERMO DE APROVAÇÃO

ÉRICA MENEZES VAZ

**O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO À LUZ DO
DIREITO DO CONSUMIDOR.**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito,
Faculdade Baiana de Direito, pela seguinte banca examinadora:

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Salvador, ____/____/ 2015

Aos meus pais, a verdadeira razão de tudo.

AGRADECIMENTOS

Começo agradecendo a Deus por me dar força e coragem para enfrentar mais esse desafio da vida acadêmica. Aos meus pais e irmãos, pelo apoio e amor incondicional. À Mozart, pela compreensão diante da minha ausência. Aos meus sogros, Agenor e Georgia, por toda ajuda e carinho. À minha orientadora, Flávia Marimpietri, pela atenção, disponibilidade e apoio durante essa jornada. Aos meus amigos de faculdade, especialmente à Mariana, Janaina, Márcia, Fernanda, Renata, Flávia, Lorranna e Clarice.

Enfim, agradeço a todos que, de maneira direta e indireta, contribuíram para a conclusão de mais essa etapa.

“A justiça tem numa das mãos a balança em que pesa o direito, e na outra a espada de que se serve para o defender. A espada sem a balança é a força brutal, a balança sem a espada é a impotência do direito. ”

Rudolf Von Ihering

RESUMO

O presente trabalho monográfico se propõe a analisar o fenômeno do superendividamento à luz do Direito do Consumidor. Desse modo, fez-se relevante destacar a relação de consumo e como a mesma vai se configurar, elucidando o conceito de consumidor, e sua divergência doutrinária, fornecedor, produto ou serviço e ainda abordando os princípios aplicáveis, a exemplo do princípio da boa-fé, dignidade da pessoa humana, transparência, vulnerabilidade e confiança. Superada essa fase, passou-se ao contexto histórico, conceito, tipos e a tutela jurídica do superendividamento em face à ausência de legislação específica, trazendo uma análise também no que tange ao Projeto de Lei 283/2012 ainda em trâmite no Senado Federal e que visa dar regulação adequada a esse fenômeno, bem como elucidando as previsões já existentes no ordenamento jurídico, com enfoque na prevenção e no tratamento. Ademais, avaliam-se também as causas para a configuração do superendividamento do consumidor em face à realidade do consumo atual, a exemplo da ampla concessão do crédito e a ausência de informação específica sobre o que se está contratando. Por fim, adentra-se no tratamento conferido a essa problemática do superendividamento, ressaltando as alternativas viáveis para o recomeço do consumidor, destacando, sobretudo, os mecanismos do perdão da dívida, revisão contratual e direito de arrependimento, para se chegar, posteriormente, às alternativas que são adotadas no atual ordenamento jurídico consumerista em razão da prática adotada por órgãos públicos, a exemplo das Defensorias Públicas e dos Tribunais de Justiça, e que terminam por inspirar uma proteção mais ampla para o consumidor superendividado.

Palavras-chave: Direito do Consumidor; Relação de consumo; Superendividamento; Previsão legal; Projeto de Lei; Tratamento.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Art.	Artigo
CF/88	Constituição Federal da República
CDC	Código de defesa do consumidor
NUDECON	Núcleo de defesa do consumidor
PL	Projeto de lei
STJ	Superior Tribunal de Justiça

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 A CONFIGURAÇÃO DA RELAÇÃO DE CONSUMO	11
2.1 DO DIREITO DO CONSUMIDOR	11
2.1.1 Conceito de Consumidor	13
2.1.2 Conceito de fornecedor	16
2.1.3 Conceito de produto ou serviço	17
2.2 PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS APLICÁVEIS	18
2.2.1 Princípio da Boa-Fé Objetiva	19
2.2.2 Princípio da Dignidade da Pessoa Humana	22
2.2.3 Princípio da Transparência	24
2.2.4 Princípio da Vulnerabilidade	26
2.2.5 Princípio da Confiança	27
3 DO FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR	30
3.1 CONTEXTO HISTÓRICO	30
3.2 CONCEITO DE SUPERENDIVIDAMENTO	33
3.3 TIPOS DE SUPERENDIVIDAMENTO	35
3.4 TUTELA JURÍDICA DO SUPERENDIVIDAMENTO	36
3.4.1 Da ausência de previsão legal e do Código de Defesa do Consumidor	37
3.4.2 O Projeto de Lei nº 283/2012 do Senado Federal	39
3.5 CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR	46
4 TRATAMENTO DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO	54
4.1. ALTERNATIVAS PARA O RECOMEÇO	58
4.1.1 Perdão da dívida	59
4.1.2 Revisão contratual	61
4.1.3 Direito de arrependimento	66
4.2 ALTERNATIVAS ADOTADAS NO ATUAL ORDENAMENTO JURÍDICO CONSUMERISTA	68
5 CONCLUSÃO	74
REFERÊNCIAS	76

1 INTRODUÇÃO

O Direito do Consumidor possui grandiosidade por tratar de uma das modalidades de direito das minorias e ter sua matriz pautada na Constituição Federal e em garantias universais que visam assegurar a proteção do consumidor, sujeito esse que carece de uma previsão específica para tanto.

É nesse contexto que o Código de Defesa do Consumidor se instaura como um microsistema apto à tutela do direito do consumidor e sugere uma proteção também da relação de consumo. Por essa razão é que no primeiro capítulo será abordada a relação de consumo e sua configuração, pois faz-se imprescindível que haja uma relação entre o consumidor, fornecedor e o produto ou serviço, destacando ainda a importância de alguns princípios norteadores do direito.

Apesar de toda a previsão legal encontrada no CDC, fenômenos da vida em sociedade podem fazer com que seja necessária uma previsão complementar ou um olhar diferenciado para o consumidor, a exemplo do que ocorre com o superendividamento.

O mercado de consumo e a conseqüente concessão do crédito foram meios facilitadores para que o consumo em massa se instaurasse e fizesse com que conflitos fossem gerados a partir dessa nova realidade e, devido à configuração de um novo panorama social, fenômenos de consumo podem ser visualizados e estudados.

O fenômeno do superendividamento instaura-se no ordenamento jurídico de consumo como a impossibilidade do consumidor de boa-fé adimplir com suas dívidas, ou seja, é caracterizado como o endividamento agravado, de tal modo a provocar uma impossibilidade duradoura de quitar suas dívidas.

Esse fenômeno, no entanto, encontra dimensões para além do seu conceito e, por essa razão, deve-se conhecer o contexto em que se deu, bem como seus tipos e causas, que serão elucidadas no segundo capítulo, dando margem à explanação dos aspectos que giram em torno da problemática do superendividamento e de como o direito do consumidor pode ser resguardado quando do surgimento desse fenômeno.

Por fim, como mecanismo capaz de dar efetividade ao direito do consumidor, sobretudo ao direito de recomeçar, é que são elencados três tipos de alternativas para o recomeço, vistas também como técnicas de enfrentamento para que o consumidor, que esteja diante de uma situação de superendividamento, possa ter a chance de se livrar de dívidas pretéritas resguardando os valores de dignidade que faz jus enquanto pessoa humana.

2 A CONFIGURAÇÃO DA RELAÇÃO DE CONSUMO

O Direito do Consumidor, em suas vertentes e formas apresentadas, de maneira intervencionista e protetiva, busca, de todo modo, guardar e proteger o direito da parte vulnerável da relação de consumo: o consumidor.

Desse modo, faz-se de extrema importância elucidar os fatos e aspectos que giram em torno da relação jurídica de consumo e como o Direito do Consumidor adentrou no ordenamento jurídico brasileiro para que se compreenda de que modo podemos visualizar uma circunstância de superendividamento.

2.1 DO DIREITO DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor, assim como a maioria dos dispositivos legais, vem de uma luta pela busca da concretização de direitos e pelas situações diversas de desigualdades experimentadas pelos sujeitos, principalmente quando se trata dos direitos das minorias, a exemplo dos consumidores, crianças e idosos.

O que se vê, em verdade, é que a inauguração de um novo ordenamento jurídico normalmente é fruto de transformações sociais e de uma adequação de valores e o que se busca é a previsão normativa de comportamentos que já estão sendo enxergados, tendo em vista a celeridade com que as transformações sociais e culturais se apresentam.

Nesse sentido, destaca Ricardo Maurício Freire Soares que as transformações que ocorrem nas relações sociais são espelhos dos sistemas jurídicos e que a crise da modernidade determinou as sociedades de consumo, bem como o “surgimento do direito do consumidor decorre da manifestação dos desequilíbrios inerentes a esse novo modelo de coexistência social”.¹

Resta claro e evidente, portanto, que o sistema jurídico de consumo veio espelhando a sociedade da época, servindo para salvaguardar os direitos e relações que já estavam sendo travadas dentro de uma sociedade que era de consumo, inaugurada,

¹ SOARES, Ricardo Maurício Freire. **A Nova Interpretação do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 65.

sobretudo, pelas lutas e entraves históricos. Não só para dinamizar e normatizar aquilo que já existia, mas sim buscar um equilíbrio nas relações, efetivando uma espécie de “justiça” dentro daquela realidade que sempre foi de vulnerabilidade do consumidor.

O mesmo autor evidencia ainda que a sociedade de consumo deu origem a uma nova realidade para as relações jurídicas que tem como base a desigualdade entre os sujeitos, mas permitindo a intervenção do Estado nas relações privadas.²

Inaugurou-se, então, a era consumerista, em que temos relações de consumo agora travadas com normas e regras e, em 11 de setembro de 1990, houve a definição dessa nova ordem: a Lei nº 8.078, trazendo consigo toda essa carga de responsabilidade ao ter que disciplinar uma matéria que tem o fito de tutelar o direito dos consumidores.

Para que fosse possível a abertura dessa nova ordem jurídica, a matriz constitucional aplicada foi a dos artigos 5º, XXXII³, e 170,V⁴, da Constituição Federal de 1988, dispositivos basilares para a definição do direito do consumidor.

O caráter protecionista do Código de Defesa do Consumidor faz com que esse dispositivo legal crie métodos e alternativas de proteção a esse sujeito que sempre se mostrou vulnerável numa relação de consumo, de modo que os princípios que regulam as práticas consumeristas podem também ser meios norteadores adequados à sua proteção.

O direito do consumidor caracteriza-se em nosso direito, a exemplo de outros ordenamentos jurídicos de sistema romano-germânico, como espécie de microssistema⁵.

² SOARES, Ricardo Maurício Freire. **A Nova Interpretação do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 66.

³ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. (BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm> Acesso em: 27 out. 2015.)

⁴ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: V - defesa do consumidor. (BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm> Acesso em: 27 out. 2015.)

À luz do entendimento de Felipe Peixoto Braga Netto, o CDC é um microsistema jurídico, pois tem problemas no foco da sua legislação, a exemplo das crianças e idosos. Por outro lado, quando se define como microsistema, há uma falsa ideia de que seria um sistema isolado dos demais, o que não é verdade, pois guarda grande relação com a Constituição Federal de tal modo que, se a contrariarem em qualquer ponto, será inválido e, por essa razão, não seria uma categoria afastada das demais, mas sim integrado a todo ordenamento constitucional.⁶

E não só isso. O autor destaca ainda que o CDC são normas de ordem pública e de interesse social, ou seja, não podem ser objeto de renúncia por serem normas cogentes e qualquer contrato ou acordo que vise afastar sua incidência será inválido.⁷

Busca-se, então, por meio do microsistema de consumo, defender o consumidor e as relações de cunho consumerista que venham a ser travadas entre consumidor e fornecedor, sempre havendo nessas relações a existência de um produto ou serviço, sendo o objeto.

Portanto, para que se verifique e se entenda de que forma pode-se visualizar uma relação de consumo, faz-se de extrema importância a análise de conceitos básicos, como os conceitos de consumidor, fornecedor e produto e serviço e alguns princípios basilares para que se possa, mais adiante, adentrar na análise do superendividamento do consumidor.

2.1.1 Conceito de Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 2º⁸, traz o conceito de consumidor destacando a pessoa física ou jurídica que venha a adquirir bem ou serviço como destinatário final.

⁵MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl.- São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

⁶ NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Manual de Direito do Consumidor**. 9 ed. rev. ampl. e atual. Salvador: Juspodivm, 2014, p. 35.

⁷ Idem. **Manual de Direito do Consumidor à luz da jurisprudência do STJ**. Salvador: JusPodvim, 2007, p. 22.

⁸ “Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015).

No entanto, esse conceito trazido pelo próprio CDC é objeto de discussão doutrinária no que tange à definição do que seria o destinatário final. Para tanto, existem algumas teorias apontadas por Flávio Tartuce e Daniel Neves que vão elucidar as diferentes acepções que esse termo pode adotar.

A primeira teoria, chamada de *teoria finalista*⁹ dá conta de que para que haja o enquadramento como consumidor o sujeito deve ser destinatário final fático e econômico, ou seja, é ele o último da cadeia, não havendo ninguém depois dele e não podendo também utilizar o produto ou serviço para lucro.

Tal teoria é muito utilizada pela jurisprudência ao tratar de consumidor, a exemplo do Tribunal de Justiça do Distrito Federal¹⁰ que destacou o conceito atribuído para a teoria finalista.

A segunda teoria é a chamada *teoria maximalista*¹¹, ou objetiva, ampliando largamente o conceito de consumidor, procurando abarcar toda pessoa que utiliza o produto ou serviço como destinatário final, independente da finalidade de obtenção de lucro ou da destinação a que se dará ao produto ou serviço.

Por sua vez, na *teoria finalista aprofundada*¹² há uma junção das teorias finalista e maximalista ao estabelecer que consumidor pode ser aquele que utilize o bem para

⁹ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção Neves. **Manual de Direito do Consumidor**. 3 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Método, 2014, p. 75- 94.

¹⁰ DIREITO CIVIL. CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TELEFONIA. CONSUMIDOR. DESTINATÁRIO FÁTICO E ECONÔMICO. INAPLICABILIDADE DO CDC. DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO. IMPOSSIBILIDADE. DANOS MORAIS. AUSÊNCIA. RESCISÃO CONTRATUAL. POSSIBILIDADE. I. SEGUNDO A TEORIA FINALISTA, CONSUMIDOR É A PESSOA FÍSICA OU JURÍDICA QUE, ALÉM DE SER A DESTINATÁRIA FÁTICA, É TAMBÉM A DESTINATÁRIA ECONÔMICA, POIS, COM A UTILIZAÇÃO DO BEM OU SERVIÇO, BUSCA O ATENDIMENTO DE NECESSIDADE PESSOAL, SEM REUTILIZÁ-LO NO PROCESSO PRODUTIVO, NEM MESMO DE FORMA INDIRETA. II. HAVENDO PREVISÃO CONTRATUAL CLARA E EXPRESSA DE QUE A RESCISÃO SE DARIA MEDIANTE NOTIFICAÇÃO POR ESCRITO AO FORNECEDOR, INCUMBE AO TOMADOR DOS SERVIÇOS DEMONSTRAR QUE ATENDEU A CLÁUSULA DE FORMA A TORNAR INDEVIDOS OS DÉBITOS POSTERIORES AO COMUNICADO E ILEGAL A NEGATIVAÇÃO DE SEU NOME. III. CONQUANTO A AUTORA NÃO TENHA NOTIFICADO A RÉ ANTERIORMENTE, APÓS A PROPOSITURA DA AÇÃO E CITAÇÃO DA RÉ SUA INTENÇÃO DE DESFAZER O CONTRATO FICOU FORMALMENTE EXPLICITADA, PORTANTO CABÍVEL A DECRETAÇÃO DA RESCISÃO. IV. DEU-SE PARCIAL PROVIMENTO AO RECURSO. (Distrito Federal. Tribunal de Justiça do Distrito Federal. Apelação Cível nº 20120111990657. 6ª Turma Cível. Relator: José Divino de Oliveira. Distrito Federal. D.J. 29 jul.2014 Disponível em: < <http://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/129917538/apelacao-civel-ipc-20120111990657-df-0055697-1720128070001>> Acesso em: 27 out. 2015.

¹¹ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção Neves. *Op. Cit.*, 2014, p. 77-79.

¹² TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção Neves. *Op. Cit.*, 2014, p. 75- 94.

o exercício de sua atividade profissional, mas, para tanto, deve existir a vulnerabilidade¹³.

Para o enquadramento do consumidor utilizando essa teoria deve-se levar em conta o raciocínio de que entre o suposto consumidor e o fornecedor deve existir a vulnerabilidade, posto que, segundo as demais teorias supracitadas, esse consumidor não se enquadraria como tal em razão da utilização do produto ou serviço para realização de suas atividades profissionais e, conseqüentemente, obtenção de lucro, mas, se o mesmo for vulnerável, será definido como consumidor nos termos do que preleciona a teoria finalista aprofundada.

A última das teorias citadas pelos autores é a *teoria minimalista*¹⁴, através da qual existia uma restrição ao enquadramento como consumidor. Essa teoria, por exemplo, negava ao correntista de um banco a definição de consumidor. Contudo, a súmula 297 do STJ, ao determinar que o CDC é aplicável às instituições financeiras, afastou esse entendimento fazendo com que a teoria finalista perdesse a sua força e aplicabilidade.

No entanto, além do conceito trazido acima, que é chamado de consumidor padrão, o parágrafo único¹⁵ do art. 2º traz a previsão dos consumidores por equiparação,

¹³ Georgios Alexandridis estabelece que “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor é a principal razão da existência e do desdobramento dos direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor, preponderantemente protecionista, ou seja, se o consumidor é a parte vulnerável (mais fraca), faz-se mister equacionar sua relação perante o fornecedor (isonomia) e, portanto, deve-se protegê-lo. Todo e qualquer consumidor (quer seja pessoa física, quer seja pessoa jurídica) encontra-se em uma situação de desequilíbrio, de vulnerabilidade perante os fornecedores; a lei consumerista, deste modo, trabalha com a premissa dessa desigualdade latente em qualquer relação de consumo, buscando, assim, equilibrar essa relação a partir de normas de proteção de seus interesses, justificando a dicotomia com o Código Civil, cujo princípio básico é o tratamento igualitário das partes na relação.” O autor destaca ainda que existem alguns tipos de vulnerabilidade, a saber: “técnica: o consumidor não possui conhecimentos específicos sobre o produto ou serviço, seja com relação às suas características, seja com relação à sua utilidade; jurídica (ou científica): reconhece o legislador que o consumidor não possui conhecimentos jurídicos, de contabilidade, de economia, matemática financeira e outros, por exemplo, acerca dos juros cobrados; fática (socioeconômica): o fornecedor é o detentor do poderio econômico, encontrando-se em posição de supremacia; informacional (da informação): que decorre da vulnerabilidade técnica, mas que deve ser tratada de forma autônoma, por força da dinâmica que as relações de consumo têm diante da *era digital*, onde o acesso à informação foi ampliado de forma a ser determinante para a decisão de compra do consumidor, assim, a proteção a *vulnerabilidade informacional* do consumidor pressupõe o controle da qualidade da informação transmitida pelos fornecedores (e não a sua quantidade).” (ALEXANDRIDIS, Georgios. Todo consumidor é vulnerável na mercado de consumo. Jus Brasil. Disponível em: <<http://georgiosalexandridis.jusbrasil.com.br/artigos/112128602/todo-consumidor-e-vulneravel-no-mercado-de-consumo>> Acesso em: 28 out. 2015.

¹⁴ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção Neves. **Manual de Direito do Consumidor**. 3 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Método, 2014, p. 90.

¹⁵ “Art. 2º. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de

sendo aqueles que não adquirem ou utilizam produtos ou serviços como destinatário final, mas que são equiparados à consumidor por sofrerem algum tipo de dano, a exemplo do que traz o art. 17¹⁶ do CDC que prevê a equiparação a consumidor aquele sujeito vítima de acidente de consumo.

Um exemplo dessa equiparação por acidente de consumo é aquele que é vítima de atropelo em razão de defeito de fabricação existente em veículo. Apesar de não ter consumido nenhum produto ou serviço, ele vai ter a tutela do CDC na qualidade de consumidor por ter sido vítima de um acidente de consumo.

Além do art. 17, o Código de Defesa do Consumidor prevê ainda a equiparação de todas as pessoas expostas às práticas comerciais, nos termos do art. 29¹⁷, a exemplo de práticas abusivas ligadas à publicidade.

Nesse sentido, destaca-se que o consumidor é a figura com mais enfoque na tutela do Código de Defesa do Consumidor, visto que não se nega a sua vulnerabilidade, posto que é a parte que sempre, ou na grande maioria dos casos, estará em situação desfavorável com relação ao fornecedor, sendo também quem normalmente terá menos informação, menos conhecimento técnico e com uma deficiência do conhecimento específico sobre o bem ou serviço que está contratando.

2.1.2 Conceito de Fornecedor

Diferentemente do conceito de consumidor que dá margem a uma discussão doutrinária acerca de sua definição, o CDC foi bem claro e abrangeu de modo positivo a conceituação de fornecedor, trazendo um rol amplo para essa outra figura da relação de consumo.

setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015.

¹⁶ “ Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015.

¹⁷ “Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015.

Desse modo, o seu conceito é trazido pelo art. 3º¹⁸ do Código de Defesa do Consumidor.

Observe que, pela análise do supracitado artigo, verificam-se as possibilidades de fornecedores, sendo não apenas aquele que fabrica ou que vende o produto ou serviço, mas muitas outras atividades relacionadas ao fornecimento do produto/serviço ao mercado, quais sejam: produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Além da definição de fornecedor como aquele que desempenha determinadas atividades ou que importa ou exporta o produto ou serviço, por exemplo, o CDC destaca e enquadra na figura de fornecedor também se este for pessoa jurídica, não cabendo tal definição apenas para as pessoas físicas.

Do mesmo modo, podem ser fornecedor as pessoas públicas ou privadas, bem como nacional ou estrangeira.

Nesse sentido é que o conceito de fornecedor trazido pelo CDC não encontra razão para maiores discussões por ser bem claro na sua determinação, bem como traz um expressivo quadro de sujeitos que podem se enquadrar como tal.

2.1.3 Conceito de Produto ou Serviço

Por fim, para que de fato seja consagrada uma relação de consumo, indispensável se faz a existência de um produto ou serviço que se enquadre como o objeto que guarda liame entre as partes (fornecedor e consumidor).

A previsão do produto ou serviço encontra-se nos §1º e 3º do art. 3º¹⁹ do mesmo dispositivo legal (CDC), dispondo que o produto seria um bem e o serviço uma atividade fornecida no mercado de consumo.

¹⁸ Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015.

No que tange ao produto, o §1º o definiu como sendo bem móvel, quando se faz possível o seu transporte sem comprometer a inteireza daquele objeto; ou imóvel quando não se pode transportá-lo sem que seja destruído (a exemplo de uma casa). Pode ainda ser material, ou seja, corpóreo, tendo forma; ou imaterial quando for incorpóreo.

Já sobre o serviço, no §2º, o CDC destaca que é atividade oferecida no mercado de consumo, na presença de remuneração, incluindo as atividades de banco, financeiras, de crédito e securitárias, com exceção das que decorrem de relação trabalhista.

Nesse ínterim, para que possamos falar em superendividamento do consumidor, presume-se a existência de uma relação de consumo, ou seja, indispensável que estejamos diante de um consumidor endividado, um fornecedor credor e um produto ou serviço, objeto dessa relação.

No entanto, antes que se possa adentrar na seara do superendividamento, cabe o destaque de alguns princípios indispensáveis para a tutela do consumidor.

2.2 PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS APLICÁVEIS

Os princípios, de um modo geral, norteiam e servem como diretrizes a serem seguidas no ordenamento jurídico brasileiro. É, portanto, “um vetor que informa o conteúdo da norma jurídica orientando o legislador na feitura da lei e o julgador na sua aplicação”.²⁰

Humberto Ávila destaca ainda que a diferenciação dos princípios e regras reside no *caráter hipotético-condicional*, pois as regras são hipóteses que levam a uma conclusão capaz de solucionar o problema. Por outro lado, os princípios apenas têm

¹⁹ Art.3º § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

²⁰ SILVA, Roberto de Abreu. **A falta contra a legalidade constitucional**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2002, p. 85.

o fundamento que será utilizado pelo aplicador para que, posteriormente, se encontre a regra adequada a ser aplicada naquele caso concreto.²¹

Os princípios gerais do direito do consumidor acabam por trazer a proteção abarcada por esse dispositivo legal que é o Código de Defesa do Consumidor, de modo a funcionar como um verdadeiro rumo na conduta das partes envolvidas na relação, não só na relação contratual propriamente dita, mas em toda relação.

Em verdade, os princípios aqui trazidos refletem as necessidades de uma sociedade que busca também prever seus comportamentos dentro de um vínculo de consumo.

Para que se entenda o superendividamento do consumidor e consiga dimensionar os aspectos que o envolvem, alguns princípios podem servir de balizadores para que se compreenda o modo pelo qual devem ser tratados os consumidores.

2.2.1 Princípio da Boa-Fé Objetiva

Inicialmente, cumpre destacar que o princípio da boa-fé funciona como um verdadeiro princípio embasador de todo um ordenamento, pois o que se verifica é que, nas mais diversas áreas do Direito, ele se encontra em variadas vertentes e formas na tentativa de trazer uma ideia de probidade, justiça, honestidade e deveres jurídicos.

O conceito de boa-fé está atrelado a um conceito moral, ligado ao atendimento de que o comportamento a ser adotado pelas partes componentes da relação de consumo tenha sempre como premissa a ideia de não lesar o outro, de agir conforme pactuado ou ainda conforme determina a lei.

O Direito de Consumidor se debruça sobre a boa-fé objetiva que tem previsão legal no inciso III do art. 4º²², definida como “uma regra de conduta, isto é, o dever das

²¹ ÁVILA, Humberto. **Teoria dos Princípios: da definição à aplicação dos princípios jurídicos**. 7. ed. ampl e atual. São Paulo: Malheiros Editores, 2007, p. 40.

²² “Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro

partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo”.²³

Rizzatto Nunes segue aduzindo que a boa-fé funciona como um modelo que vai ser adotado quando da verificação de um caso concreto, tendo em vista que as situações jurídicas precisam passar pelo crivo da boa-fé para que sejam legítimas e todas as partes envolvidas nessa circunstância devem obedecê-la.²⁴

Quando se fala da relação de consumo, faz-se de extrema importância a análise da boa-fé, tendo em vista que essa boa-fé, princípio basilar do direito do consumidor e comum a muitos outros ramos do direito, pode ser esclarecedora para se evitar e até mesmo enfrentar fenômenos como o superendividamento e diversos outros que venham a se inserir no ordenamento jurídico.

José Carlos Maldonado de Carvalho esclarece que a boa-fé e sua ideia de confiança tem sua eficácia gerada nos primeiros momentos em que se está travando o contato negocial, ou seja, antes mesmo das partes pactuarem obrigações entre si. Essa confiança alcança o desenvolvimento da relação estabelecida, atingindo também os deveres que venham após às prestações.²⁵

Desse modo, resta clara a ideia de que a boa-fé deve estar presente numa relação anterior ao contrato, deve ser vista no contrato e visualizada ainda posteriormente, posto que se faz de relevância a sua aplicação para que se possa prever comportamentos providos de confiança, ainda mais quando se fala numa relação contratual em que uma das partes de mostra vulnerável e, por vezes, hipossuficiente.

Segue aduzindo José Carlos Maldonado de Carvalho:

Isso significa que as pessoas devem adotar um comportamento leal em toda a fase prévia à constituição de tais relações (diligência *in contrahendo*); e que devem também se comportar lealmente no desenvolvimento das relações jurídicas já constituídas entre eles. Este dever de comportar-se segundo a boa-fé se projeta a sua vez nas direções em que diversificam todas as relações jurídicas: direitos e deveres. Os direitos devem exercitar-se de boa-fé; as obrigações têm de cumprir-se de boa-fé. Daí concluir-se que a boa-fé – erigida pelo Código de Defesa do Consumidor como princípio básico – é requisito que se exige tanto do fornecedor como do

de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 29 out. 2015.)

²³ NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 132.

²⁴ *Ibidem*, p. 135.

²⁵ CARVALHO, José Carlos Maldonado de. **Direito do Consumidor: fundamentos doutrinários e visão jurisprudencial**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007, p. 10.

consumidor, já que deve reger com transparência e harmonia, toda e qualquer relação de consumo, mantendo-se, com isso, o equilíbrio entre os contratantes.²⁶

Nesse sentido, a boa-fé deve partir da conduta tanto do consumidor, quanto do fornecedor que oferta os seus produtos e serviços.

No âmbito do consumidor, a boa-fé deve ser aquela em que tenha consciência e tenha intenção de arcar com suas dívidas, ainda que, por razões diversas, não consiga fazê-lo, pautando seu comportamento sempre na intenção de não lesar o fornecedor, tampouco de não cumprir o que foi avençado.

Já na seara do fornecedor, essa boa-fé inspira um pouco mais de cuidado e atenção, pois a ausência de lealdade e probidade nas ações do fornecedor tendem a ser mais danosas para a relação consumerista, principalmente para o consumidor, visto que este, como já afirmado anteriormente, é o polo vulnerável da relação.

Quanto à boa-fé do fornecedor, preleciona Geisianne Aparecida Bolade que o que se observa são condutas abusivas de direito ocorridas com a intenção de causar dano ao consumidor ou até mesmo sem intenção, porém, com desvio da função social do direito. Esse abuso pode ser observado, por exemplo, quando o fornecedor concede o crédito ao consumidor sem a devida observância dos requisitos necessários para tanto, como a capacidade financeira e econômica do consumidor para adimplir o crédito contratado.²⁷

O dever de não abusar traduz-se no dever de atuar segundo valores sociais, segundo a boa-fé, segundo os bons costumes ou segundo a finalidade econômica ou social do mesmo direito, ou seja, dentro dos limites que, para o direito em questão, resultam do seu fundamento axiológico.²⁸

Não há como negar, portanto, a importância da boa-fé e a sua inquestionável aplicação no Direito do Consumidor, sobretudo quando a análise dessa conduta de boa-fé recai sobre a circunstância de fenômenos de consumo, como é o caso do superendividamento.

²⁶ CARVALHO, José Carlos Maldonado de. **Direito do Consumidor: fundamentos doutrinários e visão jurisprudencial**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007, p. 13-14.

²⁷ BOLADE, Geisianne Aparecida. O Superendividamento do Consumidor como um Problema Jurídico-Social. **ANIMA: Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET**. Curitiba: Ano III, jul/dez. 2012, p. 186.

²⁸ CARPENA, Heloísa. **Abuso do Direito nos Contratos de Consumo**. 1 ed. Rio de Janeiro. Editora Renovar, 2011, p. 73.

2.2.2 Princípio da Dignidade da Pessoa Humana

Outro princípio importante para a proteção dos consumidores e, sobretudo, dos consumidores superendividados, é o princípio da dignidade da pessoa humana, tendo em vista que o mesmo norteia o direito brasileiro como um todo e é visto como necessário ao reconhecimento de direitos e liberdades fundamentais e inerentes à pessoa humana.

Desse modo, o direito do consumidor, como dispositivo a tutelar a relação de consumo, deve também resguardar a dignidade da pessoa humana em todos os seus aspectos, considerando que, com o advento da Constituição Federal de 1988, os direitos fundamentais encontram sua matriz e previsão de forma incisiva, inserindo-se no ordenamento jurídico uma nova ordem constitucional.

São muitos os dispositivos constitucionais que consagram o princípio da dignidade da pessoa humana. O art. 1º, III²⁹, da CF/88 traz, de logo, como um dos fundamentos da República Federativa do Brasil a dignidade da pessoa humana. Outro exemplo de previsão do referido princípio está no art. 170³⁰ que, em seu caput, ressalta o objetivo de assegurar a vida digna.

Nesse contexto é que Luís Roberto Barroso ensina que “a dignidade humana é um valor fundamental”, destacando ainda que o seu conteúdo jurídico mínimo é composto de três elementos: valor intrínseco da pessoa humana, autonomia individual e valor comunitário.³¹

O *valor intrínseco*³² diz respeito à posição da pessoa no mundo, ou seja, diferenciando a pessoa das demais coisas, tendo em vista que a mesma possui dignidade, capacidade de raciocínio, comunicação e inteligência. Esse valor

²⁹ Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: III - a dignidade da pessoa humana.” (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 29 out.2015.)

³⁰ “Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios.” (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 29 out.2015.)

³¹ BARROSO, Luís Roberto. **Curso de Direito Constitucional Contemporâneo: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo**. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2015, p. 285-289.

³² *Ibidem*, p. 285-286

intrínseco origina outros direitos fundamentais, a saber: direito à vida, direito à igualdade, direito à integridade física e o direito à integridade moral ou psíquica.³³

A *autonomia*³⁴ envolve a capacidade que o indivíduo tem de tomar suas próprias decisões e decidir os rumos de sua vida. Significa a capacidade de fazer suas próprias escolhas através da autonomia privada (que são as liberdades de trabalho e outras); da autonomia pública (direitos políticos) e do mínimo existencial (núcleo essencial dos direitos fundamentais sociais).³⁵

O último dos elementos da dignidade da pessoa humana é o *valor comunitário*³⁶ que é o elemento social, ou seja, tem a dignidade pautada em valores necessários à vida em comunidade, pois a autonomia do indivíduo encontra limites nos direitos em sociedade e a dignidade deve, então, promover a proteção dos direitos de terceiros; a proteção do indivíduo contra si próprio e a proteção de valores sociais.

A dignidade humana, portanto, como princípio constitucional embasador para a configuração de outros princípios, é quase uma unanimidade na doutrina ao destacar que o mesmo não pode ser afastado de qualquer relação jurídica por se tratar de base para o Direito de maneira ampla.

Segundo o entendimento de Ricardo Maurício Freire Soares:

O princípio da dignidade humana permite, assim, reconstruir semanticamente o modo de compreensão e aplicação dos direitos fundamentais no sistema jurídico brasileiro, potencializando a realização do direito justo ao oportunizar: a aceitação da aplicabilidade direta e imediata dos direitos fundamentais; o reconhecimento da fundamentalidade dos direitos sociais de cunho prestacional; a inadequação dos conceitos de “reserva do possível” no constitucionalismo brasileiro; a aceitação da ideia de vedação ao retrocesso no campo dos direitos fundamentais; a recusa à hipertrofia da função simbólica dos direitos fundamentais.³⁷

Não só a sua aplicação pura e simples, mas o que se vê do princípio da dignidade da pessoa humana é a oportunidade de se concretizar outros princípios. Funciona como um marco na elaboração de conceitos e outras regras principiológicas para que, assim como acontece na boa-fé, a conduta seja pautada no respeito e na integridade física e psíquica desse sujeito de deveres e direitos.

³³ BARROSO, Luís Roberto. **Curso de Direito Constitucional Contemporâneo: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo**. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2015, p. 286-287.

³⁴ *Ibidem*, p. 287-288.

³⁵ BARROSO, Luís Roberto. **Curso de Direito Constitucional Contemporâneo: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo**. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2015, p. 288.

³⁶ *Ibidem*, p. 288-289.

³⁷ SOARES, Ricardo Maurício Freire. **O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana**. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 150.

Quando se fala no direito das minorias, a exemplo do Direito do Consumidor, a dignidade da pessoa humana ganha mais força e sua aplicabilidade torna ainda mais obrigatória, pois ao considerarmos as situações de desequilíbrio que são típicas dessa relação, veremos que muitas desigualdades podem ser cometidas, sendo, desse modo, imprescindível que exista um princípio/norma orientando os comportamentos.

Ainda na visão de Ricardo Maurício Freire Soares, o princípio da dignidade da pessoa humana vai se desdobrar em outros princípios e regras, de tal modo a criar valores e finalidades que devem ser atendidos pelo Estado e pela sociedade.³⁸

Ratifica-se, portanto, a abrangência macro desse princípio que tanto é invocado no ordenamento jurídico brasileiro, sobretudo nas decisões de casos práticos para fundamentação de decisões pautadas na vida digna.³⁹

Inúmeras e diversas são as situações em que veremos a aplicação do princípio da dignidade humana como condutor de decisões para que a pessoa humana esteja sempre resguardada em seus múltiplos direitos. No Direito do Consumidor não é diferente, pois as partes componentes da relação de consumo devem, assim, ter assegurada a dignidade da pessoa humana.

2.2.3 Princípio da Transparência

³⁸ SOARES, Ricardo Maurício Freire. **O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana**. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 210-211.

³⁹ AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. DECISÃO INTERLOCUTÓRIA. RETENÇÃO. POSSIBILIDADE DE AFASTAMENTO. CRÉDITO CONSIGNADO. CONTRATODE MÚTUO. DESCONTO EM FOLHA DE PAGAMENTO. POSSIBILIDADE. LIMITAÇÃO DA MARGEM DE CONSIGNAÇÃO A 30% DA REMUNERAÇÃO DO DEVEDOR. SUPERENDIVIDAMENTO. PRESERVAÇÃO DO MÍNIMO EXISTENCIAL. 1. Possibilidade de afastamento da regra do art. 542, § 3º, do CPC, apenas se demonstrada a viabilidade do recurso especial ("fumus boni iuris") e o perigo de que, com a sua retenção, sobrevenha dano irreparável ou de difícil reparação ao recorrente ("periculum in mora"). 2. Validade da cláusula autorizadora do desconto em folha de pagamento das prestações do contrato de empréstimo, não configurando ofensa ao art. 649 do Código de Processo Civil. 3. Os descontos, todavia, não podem ultrapassar 30% (trinta por cento) da remuneração percebida pelo devedor. 4. Preservação do mínimo existencial, em consonância com o princípio da dignidade humana. 5. Precedentes específicos da Terceira e da Quarta Turma do STJ. 6. AGRAVO REGIMENTAL DESPROVIDO.³⁹ (Grifos próprios). (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo no Recurso Especial de nº 1.206.956. Agravante: União Gaúcha dos Professores Técnicos. Agravado: Vladimir Freire Rodrigues. Relator: Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. D.J. 22 out. 2012. Disponível em: < <http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22641241/agravo-regimental-no-recurso-especial-agrg-no-resp-1206956-rs-2010-0151668-9-stj/inteiro-teor-22641242>> Acesso em: 29 out. 2015.

Um terceiro princípio que muito se visualiza no Direito do Consumidor é a transparência, que encontra respaldo legal no art. 4º⁴⁰, caput, do Código de Defesa do Consumidor determinando transparência como um objetivo a ser alcançado pela Política Nacional das Relações de Consumo.

Não só como um objetivo, a transparência se mostra como uma cautela a ser utilizada para que as partes tenham clareza nas suas relações e atos, evitando, assim, a ocorrência de danos a outrem.

Nesses termos, Sérgio Cavalieri Filho conceitua e aborda o princípio da transparência:

A principal consequência do princípio da transparência é, por um lado, o dever de informar do fornecedor e, por outro, o direito à informação do consumidor, do qual trataremos oportunamente. Tal implica, em primeiro lugar, a proibição da criação artificial de barreiras de informação, em busca da ocultação de vantagens para a outra parte ou de enganosa valorização das vantagens que o contrato lhe proporcionará. Esse dever negativo do fornecedor se faz presente desde a fase pré-processual, através da proibição da publicidade enganosa, até a fase negocial, em face da proibição de qualquer forma de informação enganadora quantos aos elementos do contrato.⁴¹

Merece destaque a doutrina acima no que tange à observância de que o princípio da transparência cabe e tem aplicabilidade para ambos os lados: fornecedor e consumidor.

No entanto, o princípio da transparência encontra desdobramentos no dever de informação, pois as partes têm o dever recíproco de informar e ser informado. Nesse sentido é que, mediante a concretização da informação e a mesma sendo satisfatória numa relação jurídica, poderá ser alcançada a transparência.

Cavalieri Filho ainda prevê que “a transparência não importa apenas em dever negativo do fornecedor. Importa também um conjunto diversificado de deveres procedimentais que recaem sobre aqueles que fornecem produtos ou serviços no mercado de consumo”⁴².

⁴⁰ “Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015).

⁴¹ FILHO, Sérgio Cavalieri. **Programa de Direito do Consumidor**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 43.

⁴² *Ibidem*, p. 43-44.

A informação clara, precisa e sempre atrelada a um dever de informação é fundamental para que se evitem desmandos e arbitrariedades que, em regra, tendem a macular principalmente o direito do consumidor. Não só a doutrina, como também a jurisprudência vem decidindo favoravelmente à transparência, fazendo com que esse princípio seja efetivamente aplicado.

Felipe Peixoto Braga Netto destaca ainda que a “conduta transparente é conduta não ardilosa, conduta que não esconde, atrás do aparente, propósitos pouco louváveis”⁴³, ou seja, é aquela em que se pode visualizar todos os seus termos, tudo que a conduta em si apresenta devendo, portanto, ser amplamente aplicada quando se trata de direito do consumidor.

2.2.4 Princípio da Vulnerabilidade

A vulnerabilidade, marcada também como uma característica intrínseca à condição de consumidor, reconhece que, em uma relação de consumo, ele é a parte mais fraca, tendo em vista todo o poder econômico, financeiro e técnico que o fornecedor goza.

Esse princípio encontra-se previsto no art. 4º, II⁴⁴, do CDC, de modo que a presunção de vulnerabilidade característica ao consumidor decorre de lei.

A doutrina costuma destacar que a vulnerabilidade pode ser técnica, fática ou jurídica. Portanto, a ausência de conhecimento específico sobre o que se está adquirindo pode ser chamada de vulnerabilidade técnica, tendo em vista que o consumidor, ao contratar, não conhece por completo as características daquele produto.⁴⁵

⁴³ NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Manual de Direito do Consumidor**. 9. ed. rev. ampl. e atual. Salvador: JusPodivm, 2014, p. 51.

⁴⁴ “Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015).

⁴⁵ FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; NETO, Fernando Sacco. **Manual de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 24.

Por outro lado, a vulnerabilidade fática se destaca pela superioridade com que o fornecedor assume sua posição e a vulnerabilidade jurídica é ausência de conhecimentos jurídicos, de contabilidade ou economia.⁴⁶

Não só de aspectos técnicos decorre essa vulnerabilidade, posto que normalmente o que se verifica é que o consumidor também se mostra inferiorizado no que tange ao aspecto econômico, visto que, na maioria dos casos, o poderio econômico do fornecedor se sobrepõe ao poder financeiro do consumidor.

Outro ponto que merece destaque aqui é a hipossuficiência que não pode ser confundida com a vulnerabilidade, posto que a vulnerabilidade é característica ligada ao consumidor, ou seja, todo consumidor é vulnerável, mas nem todo consumidor é hipossuficiente.

Por essa razão é que a hipossuficiência “está ligada a aspectos processuais (inversão do ônus probatório), ao passo que a vulnerabilidade é de ser considerada para a caracterização como consumidora”.⁴⁷

2.2.5 Princípio da Confiança

Por fim, o princípio da confiança muito se relaciona com a boa-fé e transparência na relação de consumo, pois se trata da configuração de um comportamento que se espera, são expectativas que são criadas e que devem ser atendidas em uma relação de consumo.

Nas palavras de Daniel Amorim Assumpção Neves e Flávio Tartuce:

No contexto da valorização da transparência e da confiança nas relações negociais privadas, o Código de Defesa do Consumidor estabelece um regime próprio em relação aos meios de se propagar a informação, tendente a assegurar que a comunicação do fornecedor e a do produto ou serviço se façam de acordo com as regras preestabelecidas, adequadas a ditames éticos e jurídicos que regulam a matéria.⁴⁸

⁴⁶ FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; NETO, Fernando Sacco. **Manual de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.24.

⁴⁷ CALIXTO, Marcelo Junqueira. Princípios do Direito Civil Contemporâneo. *In*: DE MORAES, Maria Celina Bodin. **O Princípio da Vulnerabilidade do consumidor**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006, p. 329.

⁴⁸ NEVES, Daniel Amorim Assumpção; TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito do Consumidor**. 3 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Método, 2014, p. 41-42.

Quando as partes se propõem a um contrato de consumo, ambas se pautam na confiança recíproca, de modo a criarem expectativas mútuas de comportamento: o fornecedor espera que o consumidor pague o preço acordado pelo produto ou serviço prestado e o consumidor cria a expectativa de que esse mesmo produto ou serviço lhe seja entregue nos termos do quanto pactuado.

Para que o comportamento das partes envolvidas numa relação seja satisfatório, o ordenamento jurídico criou determinada regra que corresponde à vedação ao comportamento contraditório (*venire contra factum proprium*).

Nesses termos é que “o comportamento contraditório consiste na prática de duas condutas por uma mesma pessoa, quando a segunda contraria a primeira, ocasionando a quebra da confiança existente no processo.”⁴⁹, ou seja, determinado sujeito espera e confia que a outra parte permaneça com o seu comportamento, não adotando atitude contraditória, em nome da confiança e segurança jurídica e o ordenamento jurídico, então, veda que uma mesma pessoa adote comportamentos contraditórios.

Resta evidente, portanto, que os princípios reguladores de condutas podem ser plenamente aplicáveis à proteção do consumidor quando do seu cometimento ao fenômeno do superendividamento e eles podem ser fundamentais na resolução de conflitos e na elucidação de controvérsias no que tange às dívidas do consumidor.

Não só os princípios, mas a ausência de legislação própria e específica faz com que a doutrina e jurisprudência pátrias façam uso de dispositivos legais do Código de Defesa do Consumidor, a exemplo do art. 6º⁵⁰ destacando a necessidade de informação clara sobre produtos ou serviços e ainda o art. 4º⁵¹ ao trazer a atuação da Política Nacional das Relações de Consumo e de que forma vai atuar objetivando o atendimento das necessidades dos consumidores e meios de garantir o respeito,

⁴⁹ OTTONI, Carlos Frederico. **A proibição do venire contra factum proprium**. Disponível em: <http://www.siqueiracastro.com.br/informativos/Informe-JEC/2014/info_jec-03_01.html> Acesso em: 29 out. 2015.

⁵⁰ Art. 6. São direitos básicos do consumidor: III – a informação adequada e clara sobre produtos e serviços. (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015).

⁵¹ Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios. (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015).

dignidade, saúde e outros aspectos de suma importância.

3 DO FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR

Estando diante de uma relação de consumo, diferentes situações que venham a ser travadas entre os sujeitos podem ser experimentadas, visto que fenômenos e circunstâncias diversas podem vir a afetar e criar verdadeiros conflitos em torno do consumo.

Nesse sentido, cumpre destacar que o fenômeno do superendividamento tem tomado grandes proporções, além de ser cada dia mais visível na atual sociedade de consumo.

Nunca antes se viu facilidades de compra, abertura de crédito e o acesso que a população como um todo tem aos produtos e serviços no mercado consumerista e, por essa razão, fenômenos do consumo estão cada vez mais presentes necessitando, portanto, de uma maior atenção e estudo.

3.1 CONTEXTO HISTÓRICO

Vive-se em uma sociedade de consumo, onde o mercado capitalista prega cada dia mais a aquisição de produtos ou serviços no intuito de acelerar a economia e gerar lucro. Desse modo, a abertura e expansão de créditos para consumo se viabilizaram como um instrumento de motivação para o consumo em massa e a sua concessão de maneira irresponsável sem que seja observada a boa-fé objetiva, são aspectos consideráveis para a configuração do superendividamento.

Antônio Herman V. Benjamin, Claudia Lima Marques e Leonardo Roscoe Bessa posicionam-se no sentido de que diante dos desafios da sociedade massificada e globalizada, o direito privado vem para a proteção da pessoa. Nesse sentido é que a função social reconhece a vulnerabilidade da pessoa humana nos seus variados papéis, inclusive de consumidor, e tenta protegê-lo valorizando as diferenças existentes nos aspectos materiais e formais.⁵²

⁵²BENJAMIN, Antonio Herman; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl.- São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p.47.

Diante disso, ressalta-se que as relações de consumo, com o desenvolvimento da sociedade e com as facilidades que o mercado dispõe, necessitam de um cuidado extremamente especial no que tange ao consumo exacerbado que se verifica, sendo necessária então a intervenção do Estado nessas relações para que uma proteção maior seja implementada, além de normas mais efetivas e rígidas nesse sentido, pois o que verifica são abusos de diversas ordens levando a uma situação de fragilidade e desproporcionalidade que podem gerar danos irreparáveis.

Com essa realidade, então, percebe-se que fenômenos como o superendividamento, e muitos outros, tendem a surgir de maneira célere e se propagam cada dia mais no cenário de consumo, tendo em vista que à medida em que as relações se disseminam na sociedade, questões problemáticas e conflituosas são aptas a aparecerem e causarem inúmeras dificuldades de organização, proteção e justiça no âmbito da manutenção dos direitos individuais e coletivos, posto que, não só atingem e maculam o direito da pessoa individualmente considerada, como também trazem prejuízos de enorme monta às coletividades.

Nesse diapasão, doutrina Diógenes Faria de Carvalho:

Se, por um lado, o acesso ao crédito viabiliza o consumo, por outro, compromete a renda de quem o toma, podendo conduzi-lo a uma situação de endividamento. O endividamento, como possível reflexo da pressão exercida pela sociedade de consumo e viabilizado pelo fácil acesso ao crédito, caracteriza-se como um problema de ordem social e não individual, afetando grande parte da população, que tem sua renda comprometida em prol de um pequeno grupo de fornecedores.⁵³

A preocupação com esse fenômeno surge, basicamente, com a abertura de crédito, tendo em vista que, diante das facilidades de empréstimos e compras em estabelecimentos comerciais, o crédito para pessoas físicas impulsionam o consumo exagerado e fora do que seria possível o adimplemento.

É nesse contexto que existe um esforço muito grande, não só de países como o Brasil, como também na América do Norte e Europa, no sentido de buscar um tratamento e previsão razoáveis dentro do instituto do superendividamento, para que se permita o acesso da população aos bens e serviços de consumo através de crédito e através das facilidades, mas sem que isso implique em danos de ordem econômica, financeira e psicológica ao consumidor, posto que se deve preservar a dignidade da pessoa humana em suas variadas vertentes.

⁵³ CARVALHO. Diógenes Faria De. Consumidor endividado, vítima do sistema cultural. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**. Curitiba: J.M Editora, vol. II, n.1, mar 2012, p. 58.

Desse modo, para que melhor se compreenda os aspectos históricos que giram em torno do superendividamento, é relevante ainda destacar como ordenamentos jurídicos outros lidam com essa realidade, visto que no ordenamento brasileiro o tema ainda não foi legislado.

O modelo francês conta com a Lei Neiertz que vai trazer a previsão de prevenção e tratamento do superendividamento. Para tanto, ela estabelece dois momentos: fase administrativa conciliatória e a fase judicial.⁵⁴

A fase administrativa conciliatória consiste na formação de uma comissão, a requerimento do endividado, onde será feita uma análise das possibilidades de conciliação da dívida junto ao devedor. Havendo êxito nessa primeira fase, o procedimento se encerra.

No entanto, não tendo a fase conciliatória o êxito que se espera, a comissão anteriormente formada atesta o insucesso da conciliação e passa-se à fase judicial, também a requerimento do endividado, que vai propor ao juiz as medidas necessárias para que se consiga reestabelecer o passivo e adotar medidas outras que sejam suficientes à melhor elucidação do caso em apreço.

Em verdade, o sistema Francês prevê o pagamento da dívida pelo devedor, mas, em casos excepcionais, possibilita também o perdão da dívida de modo parcial ou total.

Por outro lado, o modelo americano se mostra mais completo, ao verificar-se que o grande incentivo ao consumo se deu inicialmente nesse modelo, mas, numa tentativa de se amenizar os efeitos negativos do superendividamento, os americanos adotaram como principal mecanismo o perdão da dívida através do *fresh start* (que será tratado mais adiante).

Com legislação própria e regramento específico, o modelo americano é mais radical no tratamento do superendividado ao possibilitar prioritariamente o perdão da dívida, isto porque essa alternativa faz com que o consumidor volte ao mercado de consumo e tenha acesso ao crédito, mesmo diante do seu inadimplemento anterior.

Por fim, Vera Franco contrapõe os modelos acima elencados com o modelo da

⁵⁴ FRANCO, Vera Helena de Mello. O sobre-endividamento do consumidor. Os modelos. Estado atual da questão perante o direito alienígena. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 99, mai/jun 2015, p. 351.

Espanha que se diferencia no sentido de que não oferece ao consumidor superendividado a possibilidade de que ele tenha um recomeço livre do estigma e dos efeitos negativos da dívida, ou seja, diferente do que propõe o modelo americano, no modelo espanhol não é possível a aplicação do fresh start.⁵⁵

Pelo exposto, percebe-se que, inegavelmente, a realidade do superendividamento vem de uma sociedade de consumo, tomada pelo excesso de comportamento ou ainda pelo excesso praticado pelos fornecedores quando querem, de todo modo, impulsionar a compra de bens/produtos e serviços e gerando a falsa percepção de necessidade daquilo que, em verdade, mostra-se supérfluo.

A maneira com que os demais sistemas preveem o superendividamento pode ser servir como base para o regramento brasileiro que, apesar de ainda não ter legislação específica, caminha no sentido de uma previsão legal que abarque os aspectos de prevenção e tratamento do superendividamento.

3.2 CONCEITO DE SUPERENDIVIDAMENTO

Na sociedade moderna e caracterizada como sendo de consumo, observa-se a massificação nas contratações, sobretudo para aquisição de bens e produtos como uma forma de se inserir no mundo que supervaloriza o “ter”, inculcando a falsa ideia de que a felicidade estaria ligada ao consumo.

No entanto, com essa realidade, nítida se faz a atuação dos fornecedores que travam uma agressiva e incessante luta para uma concessão cada vez maior do crédito com excessivas propagandas, utilizando até mesmo de uma publicidade enganosa, além da busca pelo lucro e pela valorização do capitalismo.

Por essas razões, portanto, que o fenômeno do superendividamento é tão presente e tão discutido na seara consumerista. Nesse sentido, posiciona-se Clarissa Costa de Lima:

O superendividamento pode ser definido como a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as

⁵⁵ FRANCO, Vera Helena de Mello. O sobre-endividamento do consumidor. Os modelos. Estado atual da questão perante o direito alienígena. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 99, mai/jun 2015, p. 361.

suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos).

Resulta, portanto, de uma impossibilidade de que o consumidor consiga adimplir aquilo que foi pactuado quando da aquisição de um produto ou serviço, não podendo cumprir com os seus compromissos financeiros.

De modo semelhante, destaca Fabiana Pellegrino:

Nas hipóteses em que se fira o elo de cooperação, o endividamento pode gerar a incapacidade de pagamento, que, por sua vez, pode gerar o superendividamento, o que vem a ser sinônimo de flagelo social, de insolvência do consumidor, em caso de impossibilidade global de pagamento do complexo de dívidas contraídas, ou ainda quando exista uma séria ameaça de impossibilidade de cumpri-las quando se tornarem exigíveis.⁵⁶

Fabiana Pellegrino, nesse sentido, trata do superendividamento como um problema social, lidando com o mesmo como um flagelo em razão da insolvência do consumidor, o que se verifica, portanto, como uma forma duradoura da impossibilidade de arcar com o complexo de dívidas.

O superendividamento, portanto, é a impossibilidade duradoura ou estrutural do consumidor em arcar com suas dívidas.⁵⁷

É nesse sentido que pode-se identificar dois requisitos para conceituar o superendividamento: o primeiro deles prevê que a impossibilidade seja duradoura, ou seja, se essa impossibilidade for passageira, não poderá se enquadrar no conceito de superendividamento.

O segundo requisito que pode ser extraído é a boa-fé, tendo em vista que o consumidor superendividado é aquele que contraiu dívida com o intuito de quitá-la, mas foi impossibilitado em razão de circunstâncias fáticas que levaram ao inadimplemento. Ressalta-se, então, que o sujeito que, de má-fé, contrai dívida já com a intenção de não adimpli-la, não poderá ser conceituado como superendividado.

Convergindo com essa premissa, Márcio Mello Casado traz o conceito de superendividamento voltado para esse devedor de boa-fé que não consegue cumprir com suas dívidas, nos seguintes termos:

⁵⁶ PELLEGRINO, Fabiana Andrea de Almeida Oliveira. **Tutela jurídica do superendividamento**. Salvador: JusPODIVM, 2015, p. 258.

⁵⁷ NETO, André Perin Schmidt. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. **Revisa de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 71, jul/set 2013, p. 20.

Situação em que se encontra aquele que, de boa-fé, adquiriu uma quantidade tal de compromissos financeiros que não consegue cumprir com a renda que percebe através de salários ou outros tipos de rendimentos, bem assim aquele que detinha uma renda, com a qual cumpria com as obrigações creditícias assumidas, vindo a perdê-la, em razão, por exemplo, de desemprego e, ainda, das situações de abusos de direito por parte dos credores de afã de obter maior margem de lucro.⁵⁸

De modo convergente, o superendividamento pode ser visto como uma impossibilidade de cumprir com o devido, por razões diversas: seja pelo excesso cometido pelo devedor ao comprar mais do que poderia financeiramente ou, ainda, pelos abusos que incorrem os fornecedores, como também por eventos inesperados, como citado por Márcio Mello Casado.

3.3 TIPOS DE SUPERENDIVIDAMENTO

A doutrina brasileira ainda se posiciona no sentido de diferenciar os tipos de superendividamento, classificando-os como ativo e passivo, diferenciando-os pela forma como esse endividamento ocorre, ou seja, a causa de sua configuração.⁵⁹

O superendividamento ativo é fruto de uma acumulação inconsiderada de dívidas, conhecido também como endividamento compulsório, através do qual o devedor contribui para a situação de insolvência, pois contraiu dívidas que não poderia pagar.

Esse superendividamento pode ser consciente, quando o devedor tem pleno conhecimento de que não irá conseguir arcar com a dívida, contraindo-a mesmo sabendo dessa circunstância, levando em conta, portanto, que o consumidor devedor agiu de má-fé. O superendividamento ativo inconsciente, por sua vez, é aquele em que o consumidor se compromete com uma dívida para satisfação de necessidades básicas ou até mesmo por impulso, mas age de boa-fé, tendo a vontade de arcar com a dívida, mas, por motivos outros, não consegue fazê-lo.

Note-se que a grande diferença entre os tipos de superendividamentos ativo se encontra na boa-fé, característica essa que possibilitaria a recuperação do devedor

⁵⁸ CASADO, Marcio Mello. **Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobreendividamento no Brasil**. Revista Direito do Consumidor, nº 33. São Paulo: RT, 2000, P. 130-131.

⁵⁹ Essa classificação é adotada pela maioria da jurisprudência, a exemplo de Marcio Mello Casado, Fabiana Pellegrino e Clarissa Costa de Lima.

endividado, fazendo com que ele volte ao mercado de consumo, pois o devedor que age de má-fé, contraindo dívida que sabe que não irá adimplir ou já na intenção de que ocorra o inadimplemento, não deverá se valer de mecanismos estatais para sua recuperação.

O superendividamento passivo, por outro lado, é aquele provocado por um imprevisto da vida moderna, ou seja, a dívida proveniente do desemprego, da doença que acomete uma pessoa da família, pela separação do casal, entre outros.⁶⁰

Por essa análise, verifica-se que o superendividamento passivo merece tutela mais justa e uma análise mais sensível no caso concreto, tendo em vista que o consumidor, ao se endividar, tinha boa-fé para adimplir com seu compromisso, mas assim não o fez por situações de força maior, eventos que impossibilitaram por completo o pagamento do quanto devido.

Nessa linha de intelecção é que se pode entender que o superendividamento ativo consciente deve ser tratado com mais rigor diante da má-fé perpetrada pelo consumidor inadimplente, não merecendo, portanto, chances de recuperação, por não ser o meio mais adequado de tratar esse tipo de endividado que agiu com a nítida intenção de lesar o credor.

3.4 TUTELA JURÍDICA DO SUPERENDIVIDAMENTO

O mercado e o desenvolvimento de uma sociedade que se caracteriza pela massificação das relações contratuais encontra respaldo em uma realidade de concessão de crédito, configurando como ponto de partida para o endividamento daqueles que não conseguem fazer frente ao valor contratado e, muitas vezes, encontra-se desamparado em razão da ausência de previsão legal específica para a tutela do instituto do superendividamento.

⁶⁰ MARQUES, Claudia 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. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos tribunais, 2005, p. 52.

No entanto, passamos à análise da tutela do superendividamento com os meios legais existentes, bem como da mudança legislativa que se espera para, em seguida, analisar de que forma a concessão do crédito influencia de modo direto na configuração do endividamento.

3.4.1 Da ausência de previsão legal e o do Código de Defesa do Consumidor

Apesar da grande importância que vislumbramos no ordenamento jurídico consumerista, o superendividamento é fenômeno cuja previsão legal ainda não se encontra delineada, de modo que não existe uma legislação específica que venha a tratar de modo mais direto e incisivo o devedor, nem tampouco trazer proteção para esse sujeito de direito.

No entanto, apesar dessa lacuna legislativa, temos um grande arcabouço doutrinário e jurisprudencial, bem como a aplicação de outras legislações tutelando o superendividamento, mas, ainda assim, essas previsões não são suficientes para satisfação de tudo aquilo que o superendividamento acarreta, não só para o próprio sujeito no aspecto financeiro, como também psicologicamente, socialmente e até mesmo no âmbito familiar.

Muitos ordenamentos jurídicos estrangeiros já comportam previsão para a insolvência da pessoa física, a exemplo da Alemanha, França e Portugal, que desenvolveram legislação para tanto, realidade ainda não consolidada no Brasil, visto que não se tem lei tratando da matéria.

No Brasil a insolvência começou a ser tratada com a edição do Código Comercial, passando ainda pela edição de legislações e decretos outros que foram amadurecendo e se desenvolvendo a partir da realidade da época, quando, em 2005, houve a edição da Lei 11.101 que regula a falência e recuperação judicial.

Mister se faz destacar que, apesar da grande notoriedade da referida lei, a mesma não pode ser aplicada à insolvência civil, pois vem regular a recuperação judicial, a extrajudicial e a falência do empresário e sociedade empresária, conforme destaca o

seu art. 1º⁶¹, não havendo razão para que se possa aplicar ao devedor comum, ou seja, não sendo aplicada para a pessoa física em razão da sua previsão e regras serem voltadas ao empresário e sociedade empresária, tomadas as suas especificidades.

Não só pelos aspectos peculiares, como também pelas desvantagens que a aplicação da Lei de Falências pode gerar ao devedor comum, sobretudo no que tange à demora de todo esse procedimento falimentar e a possibilidade de tomada de todos os seus bens, não restando chance do consumidor endividado se reintegrar ao mercado de consumo.

Visto isto, não optou o legislador, quando da elaboração da Lei de Falências, prever a insolvência do consumidor devedor.

Por sua vez, o Código de Processo Civil, a Lei nº 5.869 de 1973, também se preocupou em prever o instituto da falência através de capítulo específico tratando do tema, mas, assim como a Lei de Falência, não poderá ser aplicado ao devedor pessoa física por ter assim preferido o legislador quando não deixou claro sua aplicação, além do CPC trazer uma abordagem voltada para a execução do devedor insolvente, criando mecanismos para a proteção do credor, a exemplo do art. 754 quando prevê o pedido de declaração de insolvência por parte do credor⁶², voltando-se, desse modo, à satisfação das dívidas em benefício devedor, tampouco pode ser aplicado ao consumidor endividado.

Apesar de toda essa deficiência, o Código de Defesa do Consumidor vem, na medida do possível, prever mecanismos de proteção ao consumidor superendividado.

⁶¹ “Art. 1º Esta Lei disciplina a recuperação judicial, a recuperação extrajudicial e a falência do empresário e da sociedade empresária, doravante referidos simplesmente como devedor.” (BRASIL. Lei 11.101 de 9 de fevereiro de 2005. Regula a recuperação judicial, a extrajudicial e a falência do empresário e da sociedade empresária. Disponível em : <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11101.htm>. Acesso em: 16 out 2015.)

⁶² “Art. 754. O credor requererá a declaração de insolvência do devedor, instruindo o pedido com título executivo judicial ou extrajudicial (art. 586).” (BRASIL. **Lei 5.869** de 11 de janeiro de 1973. Institui o **Código de Processo Civil**. Disponível em: ,http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5869compilada.htm. Acesso em:16 out 2015.)

O art. 4º⁶³, por exemplo, traz princípios que buscam o atendimento das necessidades básicas do consumidor. Esses princípios vão nortear o consumidor e a proteção dada a ele.

No mesmo sentido é que o art. 6º⁶⁴ prevê um rol de direitos básicos garantidos ao consumidor, bem como o art. 20⁶⁵ ao tratar do serviço viciado por falta de informação.

Ressalta-se ainda a previsão do art. 51⁶⁶ ao declarar que serão nulas as cláusulas abusivas elencadas, sendo esse meio apto, portanto, para que o consumidor não se veja lesado. O art. 52⁶⁷, no mesmo sentido, determina o dever de informação no fornecimento de produtos ou serviços, sendo esse um mecanismo a ser utilizado para prevenir o superendividamento.

3.4.2 O Projeto de Lei Nº 283/2012 do Senado Federal.

Pelas razões expostas, somadas à política de concessão de crédito e consequente endividamento, o Senado Federal em 2011 instituiu, através da sua Presidência, uma Comissão de Juristas que propuseram o Projeto de Lei nº 283 de 2012, com o intuito de prever legalmente o superendividamento, os meios de sua prevenção,

⁶³ “Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios” (BRASIL, **Lei 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor.**) Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 16 out 2015.

⁶⁴ “Art. 6º São direitos básicos do consumidor (...)” (BRASIL, **Lei 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor.**) Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 16 out 2015.

⁶⁵ Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha” (...) (BRASIL, **Lei 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor.**) Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 16 out 2015.

⁶⁶ Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: (...) (BRASIL, **Lei 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor.**) Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 16 out 2015.

⁶⁷ Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre (...) (BRASIL, **Lei 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor.**) Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 16 out 2015.

possibilidades de enfrentamento da dívida, maior conscientização e educação financeira, além de proteção do mínimo existencial do devedor.

Assim sendo, o Projeto de Lei, ainda em trâmite, representa um avanço e uma conquista acerca do fenômeno do superendividamento, visto que se busca a defesa de direitos financeiros e econômicos que influenciam de modo direto na vida daquele que se vê às margens da sociedade e apto a ser excluído do mercado de consumo em razão da aquisição de dívidas que não conseguiu adimplir.

O Projeto de Lei 283/2012 pretende alterar o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/90, para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção do superendividamento e trazer novidades acerca da tutela do consumidor endividado.

Bruno Bioni observa que o referido projeto de lei será estruturado em basicamente dois blocos: o primeiro com uma análise da relação estabelecida entre o consumidor e o fornecedor, trazendo um aparato para a prevenção do superendividamento; o segundo bloco tem enfoque no tratamento e mecanismos de cura do superendividado.⁶⁸

Dentre as várias inovações trazidas por esse projeto podemos destacar que tem o fito de instituir formas de prevenção e tratamento do superendividamento, seja no âmbito judicial, quanto no âmbito extrajudicial, conferindo ao consumidor pessoa física a proteção e garantia de um mínimo existencial, além da criação de meios de se praticar o crédito de maneira responsável, através de educação financeira.⁶⁹

⁶⁸ BIONI, Bruno Ricardo. Superendividamento: um fenômeno socioeconômico decorrente da difusão do consumo e a sua análise à luz das evoluções legislativas americanas e francesas frente ao PL 283/2012. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, mai/jun 2015, p. 389.

⁶⁹ “Art. 5º VI- instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, visando a garantir o mínimo existencial e a dignidade humana (NR). Art. 6º XI- a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira, de prevenção e tratamento das situações de superendividamento, preservando o mínimo existencial, por meio da revisão e repactuação da dívida, entre outras medidas(NR).” (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283** de 2012. Altera a Lei nº 8.078/90 (O Código de Defesa do Consumidor). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>> . Acesso em: 16 out 2015.

O art. 27-A prevê a prescrição da pretensão dos consumidores e traz uma vantagem quando estabelece que o prazo prescricional será de 10 (dez) anos, desde que a lei não tenha estabelecido, em benefício do vulnerável, prazo mais favorável.⁷⁰

Além disso, um dos pontos de maior notoriedade diz respeito à prevenção do superendividamento.

Espelhando os sintomas já experimentados, o projeto de lei busca principalmente prevenir que o endividamento venha a se concretizar, pois é mais benéfico a prevenção do que ter que remediar um fenômeno que pode tomar proporções alarmadoras no âmbito pessoal, profissional, econômico/financeiro e familiar do endividado.

Nesse contexto é que o Projeto de Lei traz toda uma seção de meios preventivos⁷¹ sempre pautados na boa-fé, na função social do crédito do consumidor e no respeito à dignidade da pessoa humana, por serem esses balizadores e condutores de uma melhor adequação do direito do consumidor e das garantias constitucionais.

Reafirmando um dever que hoje já existe e é exigível nas relações de consumo, o dever de informação toma forma ainda mais concreta na previsão do Projeto de Lei, de modo que o fornecedor deve, obrigatoriamente, informar o consumidor sobre todos os detalhes que venham a envolver a oferta e o contrato, conferindo assim uma maior segurança e transparência ao consumidor, evitando que o mesmo se aventure em situações desconhecidas ou que seja enganado em razão da falta de informação.

Para tanto, o PL 283/2012 traz um rol de obrigações que deverão ser cumpridas pelo fornecedor ou intermediário que deverá descrever os elementos e o custo

⁷⁰ Art. 27-A As pretensões dos consumidores não reguladas nesta seção prescrevem em dez anos, se a lei não estabelecer prazo mais favorável ao sujeito vulnerável. §1º O termo inicial da prescrição é a data de conhecimento inequívoco do fato pelo consumidor, e, nos contratos de trato sucessivo, a data da quitação anual de dívidas ou da última prestação mensal contestada. §2º Prescreve em dez anos a pretensão de direito patrimonial do consumidor de crédito e de poupança, veiculada em ações individuais ou coletivas.” (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283** de 2012. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 17 out 2015.

⁷¹ “Art. 54-A Esta seção tem a finalidade de prevenir o superendividamento da pessoa física, promover o acesso ao crédito responsável e à educação financeira do consumidor, de forma a evitar a sua exclusão social e o comprometimento do seu mínimo existencial, sempre com base nos princípios da boa-fé, da função social ao crédito do consumidor e do respeito à dignidade da pessoa humana.” (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283** de 2012. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

efetivo total, o valor de todas as taxas de juros, a quantidade e o valor das prestações, além de informações básicas sobre o fornecedor, como nome e endereço.⁷²

Não só obrigação de informação, o projeto de lei estabelece a conduta do fornecedor de esclarecer, aconselhar e advertir o consumidor sobre o crédito, ressaltando que as condições devem ficar mais claras e no melhor entendimento possível, propiciando uma maior compreensão, pois, apesar de enorme relevância, a informação pura e simples também não seria suficiente, necessitando então que o fornecedor adote medidas que busquem tirar dúvidas do consumidor sobre todas as formas e condições em que o contrato ou que a relação vai se dar, além da obrigação de aconselhar sobre qual o melhor comportamento a ser adotado e a melhor alternativa que atenda à necessidade do consumidor.

E a tutela vai além disto, posto que é dever do fornecedor também avaliar as condições do consumidor de quitar a dívida contratada, aspecto esse extremamente relevante quando se está falando de uma prevenção do superendividamento.⁷³

No momento em que o fornecedor avalia a situação econômico/financeira do consumidor e averigua as possibilidades dele adimplir ou não com sua dívida, fazendo uma análise de documentos e bancos de dados disponíveis, poderá haver uma restrição do crédito e a impossibilidade do consumidor contratar aquele produto ou serviço, visto que restou verificado que o sujeito não teria condições de arcar com

⁷² “Art. 54-B Além das informações obrigatórias previstas no art. 52 e na legislação aplicável à matéria, no fornecimento de crédito e na venda a prazo, o fornecedor ou intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, na oferta e por meio do contrato sobre: I- o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem; II- a taxa efetiva mensal de juros, a taxa dos juros de mora o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento. III- o montante das prestações e o prazo de validade da oferta, que deve ser no mínimo de dois dias; IV- o nome e o endereço, inclusive o eletrônico do fornecedor; V- o direito do consumidor à liquidação antecipada do débito.” (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283 de 2012**. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

⁷³ “Art. 54-C Sem prejuízo do disposto no art. 46, no fornecimento de crédito, previamente à contratação, o fornecedor e o intermediário devem, entre outras condutas: I- esclarecer, aconselhar e advertir adequadamente o consumidor sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, assim como sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento; II – avaliar de forma responsável e leal as condições do consumidor de pagar a dívida contratada, mediante solicitação da documentação necessária e das informações disponíveis em banco de dados de proteção ao crédito, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados; III- informar a identidade do agente financiador e entregar ao consumidor, ao garante e aos outros coobrigados uma cópia do contrato de crédito . (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283 de 2012**. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

o quanto pactuado. Essa se caracteriza como uma medida eficaz na prevenção do endividamento, ao passo que o fornecedor deverá ter o zelo e cuidado de analisar essas questões, evitando assim que disponha de créditos tendo o conhecimento de que o consumidor não poderá arcar com tais.

Seguindo na linha das inovações, outro aspecto que merece relevância é o disposto no art. 54-D do projeto de lei ao prever que nos contratos que envolva pagamento com débito em conta, consignação em folha de pagamento ou qualquer outra forma de cessão ou reserva de parte da remuneração, a parcela para pagamento da dívida não pode ser superior a 30% (trinta por cento) da remuneração mensal líquida⁷⁴.

O artigo 54-D demonstra, mais uma vez, a preocupação do PL 283/2012 em garantir o mínimo existencial, impedindo que o atendimento às necessidades básicas do devedor fique prejudicado em razão do pagamento de parcela de dívida, devendo remanescer o mínimo para a subsistência digna.

O direito de arrependimento, previsto no art. 49 do Código de Defesa do Consumidor, é instituto através do qual o consumidor pode desistir do contrato, sempre que a contratação do produto ou serviço se der fora do estabelecimento comercial, em um prazo de 7 (sete) dias. Nesse sentido, o CDC traz a previsão somente para as hipóteses em que a contratação não se der no estabelecimento comercial, e exemplo da contratação por telefone ou a domicílio, como preleciona o próprio artigo.⁷⁵

De modo diverso, o projeto de lei prevê a possibilidade do arrependimento sem indicação do motivo e em qualquer tipo de contrato, mas para exercer esse direito

⁷⁴ “Art. 54- D Nos contratos em que o modo de pagamento da dívida envolva autorização prévia do consumidor pessoa física para débito direto em conta bancária oriundo de outorga de crédito ou financiamento, consignação em folha de pagamento ou qualquer forma que implique cessão ou reserva de parte de sua remuneração, a soma das parcelas reservadas para pagamento de dívidas não poderá ser superior a trinta por cento da sua remuneração mensal líquida, para preservar o mínimo existencial”. (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283 de 2012**. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

⁷⁵ “Art. 49 O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.” (BRASIL, **Lei 8.078/90**, dispõe sobre a proteção do consumidor.) Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 16 out 2015.

de arrependimento que, assim como no CDC, tem o prazo de 7 (sete) dias, a forma deve ser a consignação em pagamento, não sendo aplicável às demais.⁷⁶

Seguindo os artigos elencados pelo projeto de lei, o art. 54-E trouxe a previsão da conexão, coligação e interdependência entre o contrato principal de fornecimento de produtos e serviços e os acessórios de crédito.⁷⁷

O art. 54-F⁷⁸, por sua vez, elenca vedações ao fornecedor de produtos ou serviços, a exemplo da cobrança ou débito de quantia contestada pelo devedor, até que seja solucionada a controvérsia; e a recusa ou não entrega da cópia da minuta do contrato ao consumidor, destacando, mais uma vez, comportamentos vedados para o fornecedor, indicando como deve se comportar para garantia da segurança jurídica da relação.

As cláusulas contratuais também foram objeto do projeto de lei que prevê a nulidade de cláusulas que limitem o acesso ao Judiciário, estabeleçam como efeito a renúncia

⁷⁶ “Art. 54-D §3º O consumidor poderá, em sete dias, desistir da contratação de crédito consignado de que trata o caput deste artigo, a contar da data da celebração ou do recebimento da cópia do contrato, sem necessidade de indicar o motivo.” (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283 de 2012**. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

⁷⁷ “Art. 54-E São conexos, coligados ou interdependentes, entre outros, o contrato principal de fornecimento de produtos ou serviços e os acessórios de crédito que lhe garantam o financiamento, quando o fornecedor de crédito: I- recorre aos serviços do fornecedor de produto ou serviço para a conclusão ou a reparação do contrato de crédito; II- oferece o crédito no local da atividade empresarial do fornecedor do produto ou serviço financiado ou onde o contrato principal foi celebrado; III- menciona no contrato de crédito especificamente o produto ou serviço financiado, a constituir uma unidade econômica, em especial quando este lhe serve de garantia.” (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283 de 2012**. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

⁷⁸ “Art. 54-F Sem prejuízo do disposto no art. 39 deste Código e da legislação aplicável à matéria, é vedado ao fornecedor de produtos e serviços que envolvam crédito, entre outras condutas: I- realizar ou proceder à cobrança ou ao débito em conta de qualquer quantia que houver sido contestada pelo consumidor em compras realizadas com cartão de crédito ou meio similar, enquanto não for adequadamente solucionada a controvérsia, desde que o consumidor haja notificado a administradora do cartão com antecedência de pelo menos três dias da data do vencimento da fatura, vedada a manutenção do valor da fatura seguinte; II- recusar ou não entregar ao consumidor, ao garante e a outros coobrigados cópia da minuta do contrato principal de consumo ou do de crédito, em papel ou outro suporte duradouro, disponível e acessível e, após a conclusão, cópia do contrato; III- 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 ainda a restituição dos valores indevidamente recebidos; IV- assediar ou pressionar o consumidor, principalmente se idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada, para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito, em especial à distância, por meio eletrônico ou por telefone, ou se envolver prêmio; V- condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência relativas a demandas judiciais.” (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283 de 2012**. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

à impenhorabilidade, fixem prazo de falência nas condições estabelecidas, o silêncio do consumidor como aceitação de valores cobrados, incidência de juros antes da entrega das chaves nos contratos de compra e venda de imóvel ou ainda que proíbam ou dificultem a revogação da autorização de consignação ou débito em conta e nulidade de cláusulas que prevejam a aplicação de lei estrangeira que limite a proteção trazida pela presente legislação.⁷⁹

Em termos processuais o projeto de lei também inova na criação da conciliação no superendividamento em que, a requerimento do consumidor, poderá ser instaurado um processo de repactuação de dívidas, com o objetivo de realização de audiência conciliatória.⁸⁰

O que se vê, portanto, é que o Projeto de Lei 283/2012 veio inaugurar uma nova ordem jurídica de tutela para os endividados, tanto na sua concepção de prevenção, quanto do tratamento daqueles que já se veem endividados, possibilitando ainda que esse sujeito, que esteja comprometido com dívidas, possa se recuperar e se reinserir no mercado de consumo sem, no entanto, ser desagradavelmente taxado de devedor, possibilitando a ele exercer a dignidade da pessoa humana constitucionalmente prevista.

⁷⁹ “Art. 54-G Sem prejuízo do disposto no art. 51 e da legislação aplicável à matéria, são também absolutamente nulas e assim devem ser declaradas de ofício, pela Administração Pública e pelo Poder Judiciário, em qualquer grau de jurisdição, garantindo o contraditório, as cláusulas contratuais, entre outras, que: I- de qualquer forma condicionem ou limitem o acesso aos órgãos do Poder Judiciário; II- imponham ou tenham como efeito a renúncia à impenhorabilidade do bem de família do consumidor ou do fiador; III- estabeleçam prazos de carência na prestação ou fornecimento de serviços ou produtos, em caso de impontualidade das prestações mensais, ou impeçam o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e seus meios de pagamento, a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores, observado o disposto no art. 104-A, §3º, inciso III; IV- considerem o simples silêncio do consumidor como aceitação dos valores cobrados, em especial nos contratos bancários, financeiros, securitários, de cartões de crédito ou de crédito em geral, dias informações prestadas nos extratos, de modificação de índice ou de alteração contratual; V- estabeleçam, no contrato de compra e venda de imóvel, a incidência de juros antes da entrega das chaves; VI – proíbam ou dificultem a revogação, pelo consumidor, da autorização, de consignação ou débito em conta; VII – prevejam a aplicação de lei estrangeira que limite, total ou parcialmente, a proteção assegurada por este Código ao consumidor domiciliado no Brasil”. (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283 de 2012**. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

⁸⁰ “Art. 104-A A requerimento do consumidor superendividado pessoa física, o juiz poderá instaurar processo de repactuação de dívidas, visando à realização de audiência conciliatória, presidida por ele ou por conciliador credenciado no juízo, com a presença de todos os credores, em que o consumidor apresentará proposta de plano de pagamento com prazo máximo de 5 anos, preservado o mínimo existencial.” (BRASIL, **Projeto de Lei nº 283 de 2012**. Altera a Lei nº 8.078/90). Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 16 out 2015.

3.5 CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR

Partindo de uma análise da sociedade e das classes existentes hoje, verificamos que muitos consumidores ascenderam na sua capacidade de consumo, elevando-se à classe média. O motivo para tal mudança pode ser verificado pelo fácil e amplo acesso ao crédito, de modo que, com o seu ingresso de maneira mais simplificada, os consumidores tendem a consumir mais e, por consequência, se endividando, não conseguindo adimplir com suas dívidas. É nesse contexto que se concretiza o superendividamento.

Inicialmente, cabe uma análise comportamental dos consumidores, pois a antropologia do consumo e do comportamento do consumidor é um ramo que vai pesquisar e investigar os sentidos atribuídos ao consumo.

É nesse aspecto que Carolina Cordeiro defende o estudo antropológico, relatando que existem diferentes razões para o consumo, não apenas aquela em que se identifica uma utilidade para o bem que se está adquirindo, mas também partindo de uma análise em que o bem revela interesses sociais. É o que se percebe, por exemplo, pela “vontade de pertencer” como forma de se inserir na sociedade moderna, através da aquisição de bens que estão na moda ou para fazer parte de determinado grupo é que muitas pessoas acabam comprando e se endividando.⁸¹

Nessa linha é que “consumir extrapola a simples prática de adquirir algo que seja indispensável, útil ou facilitador da vida do consumidor, para transfigurar-se numa experiência bem superior e significativa”⁸²

O acesso ao crédito como meio da aquisição de bens, na maioria das vezes, serve não apenas para que o consumidor possa satisfazer suas necessidades básicas, mas serve também para que possa satisfazer os anseios de uma sociedade de consumo e se inserir naquela realidade.

⁸¹ CORDEIRO, Carolina Souza. O comportamento do consumidor e a antropologia da linguagem. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 84, out./dez. 2012, p. 47.

⁸² JÚNIOR, Vicente da Cunha Passos. **A tutela jurídica contra o superendividamento como a aplicação do princípio da dignidade humana nas relações de crédito**. 2010. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Em verdade, aqui não se nega a importância do endividamento necessário para manutenção do nível de consumo natural e para a movimentação do sistema capitalista.

No entanto, apesar da vantagem supracitada, esse endividamento pode assumir proporções complexas e negativas, momento em que se visualiza o superendividamento, levando o endividado a uma situação de desconforto e inúmeras consequências de ordem econômica, social e familiar, pois atinge não somente aquele que deve, como também afeta o seu ciclo de amizade e família.⁸³

Nesse contexto é que a concessão do crédito pode ser entendida como a principal causa para o superendividamento, visto que é através dela que o consumidor tem fácil acesso ao mercado de consumo, aumentando sua capacidade de adquirir produtos e serviços.

Assim, fica evidente que a expansão do consumo foi possibilitada pela renda disponível de cada família, mas não veio sozinha, tendo sido acompanhada da evolução dos valores sociais e de comportamentos que modificaram o papel do consumo⁸⁴, posto que é com o modo de pensar das pessoas que temos uma realidade de consumo diversa de alguns anos atrás.

Bauman destaca que “os membros dessa sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade”.⁸⁵

E é justamente nessa sociedade que supervaloriza o *status* do ter, para ser, em um cenário em que as pessoas têm um acesso cada dia maior às formas de concessão do crédito, mesmo porque a facilidade em adquirir faz com que haja uma influência em comprar, são inúmeras as situações que podem vir a gerar o endividamento do consumidor e um consequente superendividamento.

O crédito, em verdade, é um viabilizador financeiro para que o consumidor tenha acesso aos bens/produtos e serviços fornecidos pelo mercado.

⁸³ PORTO, Antônio José M.; BUTELLI, Pedro Henrique. O Superendividamento brasileiro: uma análise introdutória e uma nova base de dados. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v.95, set./out.2014, p. 186.

⁸⁴ JUNIOR, Ecio Perin. **A Globalização e o Direito do Consumidor**. São Paulo: Manole, 2003, p. 40.

⁸⁵ BAUMAN, Zygmunt. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p. 76.

Nesse ínterim, Márcio Mello Casado destaca que a concessão de crédito prevê a disponibilização de dinheiro em benefício do creditado para que, posteriormente, em determinado prazo, seja restituído, destacando ainda que essa relação é formada por duas prestações recíprocas que são: a entrega e a restituição, e duas prestações comutativas, a saber: o prazo e o juro.⁸⁶

Esse mesmo autor argumenta que o consumidor do crédito pode ser enquadrado no sentido do sujeito que vai obter esses recursos financeiros, ou seja, vai obter os recursos em dinheiro para que posteriormente seja devolvido em um prazo determinado.⁸⁷

Partindo da análise do conceito, não se repulsa a clara importância que o crédito tem para o consumo, mas o que se destaca como causa do endividamento dos consumidores é o acesso demasiadamente facilitado e desordenado desse crédito, permitindo que as pessoas, mesmo não tendo condições de arcar com as dívidas que venham a contrair, consigam o crédito de diversas formas, o que acaba gerando um futuro inadimplemento.

Nesta seara, portanto, o aspecto negativo dado ao crédito resulta de uma mudança comportamental, visto que, o crédito é mecanismo de impulsão do mercado capitalista, fazendo com que ocorra um desenvolvimento da economia e, desse modo, produz riquezas, mas a sua concessão de modo desordenado, sem grandes burocracias e sem observar o poderio econômico/financeiro e mesmo a boa vontade do tomador do crédito em quitar suas dívidas, faz com que adote uma conotação negativa em face ao real objetivo do crédito.

Sobre o tema, é o que entende José Geraldo Brito Filomeno:

O acesso indiscriminado e superestimulado aos bens de consumo de modo geral, além de serviços, alimentados pelo comércio globalizado e incentivos publicitários, sobretudo a concessão de “dinheiro de plástico” – cartões de crédito – e cheques especiais, tem levado a uma situação de desespero os consumidores mais açodados e consumistas. A questão tem merecido bastante atenção nos países mais desenvolvidos, sobretudo da Europa.⁸⁸

Ressalta-se, portanto, que esse consumo desenfreado em razão da facilidade de créditos tem levado a uma situação sem controle por parte dos consumidores, não

⁸⁶ CASADO, Márcio Mello. *Proteção do Consumidor de Crédito Bancário e Financeiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, v.15, 2000, p. 30.

⁸⁷ *Ibidem, loc. cit.*

⁸⁸ FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. 10 ed. rev., ampl e atual. São Paulo: Atlas, 2012, p. 124.

sendo essa uma realidade e uma preocupação exclusiva do ordenamento jurídico e econômico brasileiro, posto que o endividamento dos consumidores, em razão do acesso indiscriminado do crédito é uma realidade que alcança grandes proporções econômicas e financeiras, dos mais variados sistemas jurídicos, alguns, inclusive, com previsão legislativa para tanto.

Na mesma linha de raciocínio é que Clarissa Costa de Lima preleciona que o superendividamento vai ser resultante do excesso de crédito disponível, ou ainda quando o fornecedor (profissional) fornece o crédito tendo ciência de que o consumidor não conseguirá reembolsá-lo futuramente, ou seja, quando a concessão do crédito se dá de maneira irresponsável, destacando ainda que, atrelada a isso, a deficiência na informação e a ausência de uma educação financeira efetiva podem ser vistos como causas diretas do superendividamento, pois os consumidores não recebem de modo prévio as informações sobre o que está contratando, bem como todos os impactos que essa dívida vai acarretar no seu orçamento.⁸⁹

O entendimento elencado reforça ainda mais a ideia de que a abertura de créditos e outras facilidades contribuem para a concretização do fenômeno do superendividamento, além de políticas de incentivo ao consumo sem atenção e cuidado ao que prelecionam os princípios que visam a honestidade e a boa-fé do fornecedor e também da conduta consciente do consumidor.

É nesse contexto que a falta de informação pode ser também mecanismo de se levar o consumidor ao superendividamento, pois aquele que não detém as condições, prazos e o real valor do que adquire pode acabar se aventurando no desconhecido, assumindo responsabilidades sem ciência. Em sentido oposto, aquele que conhece e é bem informado pode exercer sem maiores preocupações o seu papel de consumidor.

Em um primeiro momento o direito à informação encontra respaldo na CF/88 em seu art. 5º, XIV⁹⁰ e no art. 5º, XXXII⁹¹, ao prever a defesa do consumidor. No entanto, de

⁸⁹ LIMA, Larissa Costa de. **O Tratamento do Superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores**. Coord. Antonio Herman Benjamin e Claudia Lima Marques. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014, p. 36.

⁹⁰ “Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: XIV - e assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;” (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 22 out.2015.)

maneira mais direta, o Código de Defesa do Consumidor determina como direito básico do consumidor o direito à informação adequada e clara, nos termos do art. 6º, III⁹². Tal previsão busca proteger o consumidor de possíveis abusos nesse aspecto, posto que ele é a parte vulnerável na relação de consumo.

O CDC continua assegurando o dever de informação de modo prévio à contratação, ou seja, prevê o direito de informação na oferta, estabelecendo que as informações devem ser corretas, claras e precisas (art. 31⁹³).

Se, por um lado, o consumidor tem direito à informação, o fornecedor, sobretudo como sujeito que detém a maioria das informações acerca dos produtos ou serviços, tem o dever de mantê-lo bem informado, trazendo ao conhecimento do consumidor tudo que diz respeito ao que se está consumindo ou o que se pretende consumir. Esse dever está também previsto no PL 283/2012, em seu art. 54-B (anteriormente citado).

Sobre esse aspecto, Geraldo Martins da Costa preleciona que o dever do fornecedor não está adstrito às informações técnicas que devem ser prestadas para que o consumidor compreenda, pois aquele que fornece o objeto da relação de consumo deve também estudar as informações que serão repassadas para que as mesmas se apresentem de forma didática e para que o sujeito que não é profissional consiga captá-las da maneira mais satisfatória possível⁹⁴.

Como meio de propagar as informações, a publicidade influencia no mercado de consumo, sendo um verdadeiro aliado dos fornecedores como grande incentivadora

⁹¹ “Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;” (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 22 out.2015.)

⁹² “ Art. 6º São direitos básicos do consumidor: III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”. (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 22 out. 2015.)

⁹³ “Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores” (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 22 out.2015.)

⁹⁴ DA COSTA, Gerado de Faria Martins. Direitos do Consumidor Endividado – Superendividamento e Crédito. *In*: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZANI, Rosângela Lunardelli (Coord.). **Superendividamento: solidariedade e boa-fé**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 242.

do consumo em massa, ditando regras no comércio e traçando as novas formas de comprar.

O que se tem como certo é que “a comunicação em massa viabiliza o consumo em massa, a diversidade e o desenvolvimento dos meios de comunicação e seu fácil acesso ao público contribuem para o fenômeno publicitário e o consumo”⁹⁵

A publicidade pode ser conceituada como “forma de veiculação de oferta, sujeitando-se, como tal, aos mesmos requisitos e regime de responsabilização”⁹⁶. Nesse sentido é que o CDC se propôs a indicar, no art. 36⁹⁷, que a publicidade deve ser transmitida de modo que as pessoas a identifique como tal. Assim, a publicidade deve se mostrar, verdadeiramente, como publicidade.

O mesmo diploma legal preocupou-se também em proibir qualquer tipo de publicidade enganosa ou abusiva⁹⁸, trazendo, de logo, a diferenciação entre ambas. Entende-se, portanto, como publicidade enganosa aquela que veicula informação ou comunicação publicitária falsa ou que induz ao erro o consumidor quanto à qualificação do produto ou serviço.⁹⁹

Já a publicidade abusiva compreende toda aquela que tenha cunho discriminatório, violento, ligado ao medo ou superstição, que se aproveite da vulnerabilidade da criança ou que faça com que o consumidor se comporte de forma a prejudicar e trazer perigo para sua saúde ou sua segurança, nos termos do §2º do art. 37 do CDC¹⁰⁰.

⁹⁵ MAZON, Marília. O controle e a prevenção do dano ao consumidor perante a publicidade abusiva. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 78, abr./jun. 2011, p. 229.

⁹⁶ DE ALMEIDA, João Batista. **Proteção jurídica do consumidor**. 6. ed. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 116.

⁹⁷ “Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal. Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 23 out. 2015.)

⁹⁸ “Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 23 out. 2015.)

⁹⁹ “Art. 37. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 23 out. 2015.)

¹⁰⁰ “Art. 37. § 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e

Não só a ação é capaz de prejudicar o consumidor com a publicidade enganosa ou abusiva, mas a omissão é também objeto de proteção, ao determinar que a publicidade enganosa pode se dar por ato omissivo quando não houver informação sobre aspecto que seja essencial ao produto ou serviço¹⁰¹.

Apesar de toda previsão acerca da proibição de que os fornecedores se valham da propaganda abusiva ou enganosa, o que mais se vê no atual mercado de consumo é o contrário: uma publicidade que visa apenas vender o produto ou serviço que está sendo oferecido e essa oferta quase sempre ilustra uma realidade que, por vezes, nem existe.

São facilidades de compra que fazem com que os consumidores se endividem mais; promoções ditas irrecusáveis; e produtos inovadores e gerando a falsa ilusão de que sua aquisição é obrigatória para que esteja inserido na sociedade, são apenas alguns aspectos que são objeto da publicidade enganosa ou abusiva.

Além dessa publicidade dita clara e passível de identificação, a publicidade invisível, por mais que pareça contraditório, é cada dia mais vista e caracteriza-se por ser aquela em que o próprio consumidor não consegue identificar.¹⁰²

Em recente estudo realizado no 2º trimestre de 2015 pela Boa Vista SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito) constatou as principais causas para o inadimplemento, bem como traçou o perfil dos consumidores inadimplentes.¹⁰³

A conclusão a que se chegou foi que as principais causas para o inadimplemento são: desemprego, descontrole financeiro, diminuição da renda, entre outros, apontando ainda que a aquisição de móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos são as dívidas mais contraídas pelos consumidores.

experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. "(BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 23 out. 2015.)

¹⁰¹ "Art. 37, § 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço."(BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 23 out. 2015.)

¹⁰² EFING, Antônio Carlos; BERGSTEIN, Laís Gomes; GIBRAN, Fernanda Mara. A ilicitude da publicidade invisível sob a perspectiva da ordem jurídica de proteção e defesa do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 81, jan./mar. 2012, p. 98.

¹⁰³ Boa Vista SCPC. **Pesquisa Perfil do Consumidor Inadimplente**. 2º trimestre de 2015. Disponível em: <http://www.boavistaservicos.com.br/wp-content/uploads/2015/07/Perfil-do-Consumidor-Inadimplente-web-2o-trimestre-2015.pdf> . Acesso em: 30 out. 2015.

Do total de 1022 consumidores, 33% declararam estar pouco endividados; 42% estão mais ou menos endividados; e 25% muito endividados, fazendo com que haja um comprometimento da renda familiar, o que confirma, mais uma vez, a realidade de superendividamento alcançada pela sociedade.

Pelas razões expostas é que, dada a concessão do crédito com as facilidades já explicitadas e circunstanciado em um mercado de consumo que prega cada dia mais a aquisição de bens e serviços, somado ao poderio dos fornecedores em se valer da publicidade, ainda que ilícita, para convencimento do consumo, o superendividamento se afigura e toma proporções cada dia maiores.

Levando como certo de que sendo um fenômeno que atinge diretamente o direito do consumidor, bem como a proteção que o ordenamento jurídico consumerista lhe confere, são necessárias medidas para o tratamento desse consumidor que se vê endividado.

Tratar o endividamento é peça fundamental para a garantia do direito do consumidor que tem como direito básico o direito de recomeçar.

4 TRATAMENTO DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO

No direito brasileiro observa-se a proteção que se faz ao consumidor, de modo que, como já visto, esse sujeito mostra-se como parte vulnerável numa relação de consumo.

Essa proteção encontra previsão constitucional nos arts. 5º, XXXII¹⁰⁴ e 170, V¹⁰⁵ com o enfoque de que o consumidor deve ser objeto de normatização e atenção especial.

Nesse contexto é que, diante da configuração e concretização de uma situação de superendividamento, alternativas devem ser criadas para que as consequências desse fenômeno possam ser amenizadas ou até mesmo sanadas, ou seja, para que haja um tratamento do superendividamento.

O tratamento do consumidor superendividado perpassa pela ideia de que mecanismos são adotados para superação das dificuldades financeiras, de modo que o que se busca é sanar os efeitos trazidos para o devedor e para todo o seu ciclo social e familiar.

Catarina Frade e Sara Magalhães, com base em estudo realizado pelo Observatório do Endividamento dos Consumidores¹⁰⁶, definem o tratamento como estratégias de

¹⁰⁴ “Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;” (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 20 out.2015.)

¹⁰⁵ “Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: V - defesa do consumidor;” (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 20 out.2015.)

¹⁰⁶ “O *Observatório do Endividamento dos Consumidores* (OEC) foi constituído em 19 de Julho de 2001, através de um Protocolo celebrado entre o Instituto do Consumidor e a Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra - Centro de Estudos Sociais, tendo como objectivo principal a investigação da problemática do endividamento e do sobreendividamento dos consumidores. Compete ao OEC proceder à recolha e análise da informação económica e sócio-jurídica no domínio do crédito aos consumidores; definir metodologias de avaliação do sobreendividamento; realizar estudos técnicos que permitam caracterizar e conhecer as principais tendências do endividamento e do sobreendividamento das famílias; e participar em reuniões de trabalho para discussão e estudo de medidas de intervenção nas áreas do crédito, do endividamento e do sobreendividamento dos consumidores. No âmbito da sua actividade, o OEC procederá à divulgação periódica da informação tratada e dos resultados da investigação que for desenvolvendo; organizará reuniões anuais de especialistas nacionais e estrangeiros e seminários temáticos para a discussão do diagnóstico e prospectiva em matéria de endividamento e sobreendividamento dos consumidores; e estabelecerá contactos regulares para troca de informação e desenvolvimento de actividades conjuntas com

enfrentamento que se caracterizam como mecanismos formais e informais, além da possibilidade de serem próprios ou de terceiros, com o objetivo de que o devedor, bem como sua família, se mobilizem para a superação das dificuldades que afetam a vida pessoal, social e profissional.¹⁰⁷

Essas mesmas autoras revelam três tipos de estratégias utilizadas, quais sejam: a *auto-mobilização*, a *mobilização solidária* e a *mobilização institucional*.¹⁰⁸

A *auto-mobilização*¹⁰⁹ pode ser entendida como o enfrentamento que tem iniciativa do próprio indivíduo afetando recursos próprios para aumentar seu rendimento ou para suprir sua deficiência ou ainda reconfigurando os padrões de despesa.

Nesse sentido, o que se propõe é um ajuste nos hábitos de consumo, de modo que a redução maior se encontra nos bens de segunda ordem, relacionados aos gastos em sociedade e ao lazer, sendo esses considerados os mais supérfluos dentre os demais. Os bens alimentares, por sua vez, são objeto de reajustamento, mas em menor monta, afetando, em verdade, a qualidade, quantidade ou frequência do consumo, mas não sofrendo reajuste de conduta como os relacionados ao lazer. Os gastos com os filhos também sofrem reajuste, mas em menor quantidade, pois os pais, ainda que sem condições, tentam manter o padrão de vida que oferecia para os filhos.

Destaca-se ainda a gestão de finanças pessoais como uma iniciativa de auto-mobilização, através da qual se depreende que grande parte dos endividados tem um nível fraco de poupança, não utilizando desse tipo de recurso como via alternativa para situações de endividamento.

Por fim, uma última estratégia adotada pelos consumidores endividados é o pagamento seletivo das dívidas. Assim, como o salário não é suficiente para

instituições congéneres de outros países. Incidindo particularmente sobre a realidade portuguesa, o OEC acompanhará, na medida do possível, a realidade de outros países, bem como as iniciativas que venham a ser promovidas no quadro da União Europeia.” Disponível em: <<http://oec.ces.uc.pt/apresentacao/apresentacao.html>>. Acesso em: 21 out. 2015.

¹⁰⁷ FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobreendividamento, a outra face do crédito. Observatório do endividamento dos consumidores.** In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Direitos do Consumidor Endividado – Superendividamento e crédito.* São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 33.

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 34-42.

¹⁰⁹ *Ibidem*, p. 36-38.

satisfação de todas as dívidas, os superendividados optam por pagar em meses intercalados, ou seja, pagam “mês sim, mês não”.

A segunda classificação de estratégia trazida pelas autoras é a chamada *mobilização solidária*¹¹⁰ que funciona como apoio financeiro despendido pelas redes de solidariedade.

Em outras palavras, é o apoio financeiro dado pelas pessoas de vínculos mais próximos, como pais e sogros. Apesar de, por vezes, ser a alternativa mais imediata e viável para os problemas financeiros ou para que eles não se agravem, muitos endividados não fazem uso desse tipo de estratégia em razão da dificuldade de se manter vínculos de solidariedade, pois o apoio pode ter como consequência a perda da autonomia daquele que se vale desse auxílio.

Mais frequente do que o apoio financeiro, o apoio de gênero é aquele em que a rede de solidariedade fornece ajuda que não seja monetária. Fornece o gênero por não ter condições de fornecer os valores pecuniários ou ainda por considerar que esse seria o auxílio ideal.

Além do mais, o que se verifica é que esse apoio fornecido pelas redes de solidariedade causam, em muitos casos, um desconforto e vergonha aos indivíduos, motivo pelo qual há relutância em aceitar essa espécie de ajuda.

Há que se falar, ainda, na *mobilização institucional*¹¹¹ caracterizada como o auxílio solicitado junto às entidades públicas (mantendo o anonimato) e às instituições financeiras. No que tange às entidades públicas, esse auxílio é quase sempre requerido em decorrência do desemprego, funcionando como um benefício a ser disponibilizado em favor do endividado.

Por outro lado, quando se fala em instituições financeiras, observa-se que a maioria dos superendividados não informa à instituição sobre sua real situação, preferindo se manifestar apenas quando existe a possibilidade de renegociação da dívida.

¹¹⁰ FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobreendividamento, a outra face do crédito. Observatório do endividamento dos consumidores.** In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Direitos do Consumidor Endividado – Superendividamento e crédito.* São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 38-40.

¹¹¹ *Ibidem*, p. 40-42.

Todas essas estratégias elencadas servem como mecanismos para o tratamento do consumidor superendividado, tendo ele meios para recorrer quando se encontrar em situação de difícil controle em razão de endividamento.

Não apenas esses podem auxiliar no tratamento do superendividamento, pois outros dois modelos podem ser utilizados, são eles: o *fresh start* e dos *planos de pagamento ou da reeducação pela responsabilização dos devedores pelas obrigações assumidas*.¹¹²

O primeiro deles, o *fresh start* possibilita um recomeço do endividado, sem que tenha que conviver com os aspectos negativos de dívidas antigas. Vejamos:

O primeiro modelo denominado de *fresh start* é adotado por países de tradição *common Law* (Estados Unidos, Inglaterra, Canadá e Austrália). A expressão *fresh start* significa “começo imediato” porque permite ao consumidor com problemas financeiros a chance de começar uma nova etapa em sua vida sem o peso das dívidas pretéritas. O objetivo principal do sistema americano tem sido conceder ao devedor honesto o perdão imediato e incondicional das dívidas em troca do patrimônio disponível, se houver.¹¹³

Nesse sentido é que o modelo *fresh start* traz a possibilidade do perdão da dívida ao entender que o superendividamento é uma falha não do devedor, mas sim uma falha de mercado fazendo com que, portanto, as pessoas permaneçam ativas economicamente, tendo em vista que o perdão impulsiona a contratação de novo créditos.

O que se tem como certo é que o perdão da dívida é o cerne desse modelo, sendo essa medida uma das mais radicais a ser adotada com vistas ao tratamento do superendividamento, isso porque o credor vai deixar de receber o quanto devido para resguardar o direito de recomeço do consumidor endividado, para que ele seja reinserido, e não excluído, do mercado de consumo e tendo a chance de assumir novos créditos.

Em sentido diverso, o segundo modelo trazido por Clarissa Costa de Lima, adotado por países europeus, estabelece que o superendividamento é gerado pela falha pessoal do consumidor endividado que deve ser responsabilizado com o pagamento

¹¹² LIMA, Clarissa Costa De. **O Tratamento do Superendividamento e o Direito de Recomeçar dos Consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 83-87.

¹¹³ *Ibidem*, p. 83.

da dívida que pode ser feito através de planos de pagamento, ou seja, são mecanismos criados para que o endividado consiga quitar suas dívidas e a ele é dado o direito de se valer dos planos de pagamento para tanto, planos esses com vistas ao pagamento das dívidas ou de parte delas.

São esses mecanismos que a doutrina destacar quando se trata do enfrentamento do superendividamento, pois, como já destacado, a legislação existente no ordenamento de consumo brasileiro não dá conta de curar o consumidor que esteja sufocado em dívidas, apesar do PLS 283/2012, mas que ainda está em trâmite.

4.1 ALTERNATIVAS PARA O RECOMEÇO

Por tudo exposto é que existe grande discussão acerca das alternativas de recomeço que o endividado pode se valer para que seja reinserido no mercado de consumo, sem que fique estigmatizado por conta de dívidas pretéritas.

Fabiana Pellegrino, sobre o tema, preleciona que deve-se olhar o consumidor superendividado sob uma premissa de humanização e solidariedade, posto que é razoável que seja atribuído a esse sujeito a garantia de manutenção de aspectos básicos necessários à sua dignidade. Para tanto, são definidos dois grandes pilares de garantias: a dignidade da pessoa humana e a o mínimo existencial.¹¹⁴

Sobre a dignidade da pessoa humana, a mesma autora destaca a sua importância, visto que funciona como princípio constitucional fundamental e inafastável, pela circunstância de garantia do consumidor à reinserção social, conferindo meios de preservação da vida digna.¹¹⁵¹¹⁶

O consumidor que se vê com dívidas e com dificuldade de fazer frente à elas tem a sua vida econômica, social, familiar e psicológica, inevitavelmente, afetada em razão

¹¹⁴ PELLEGRINO, Fabiana Andréa de Almeida Oliveira. **A tutela em face do superendividamento na perspectiva de uma hermenêutica contemporânea das relações de consumo**. 2014. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, p. 194-205.

¹¹⁵ *Ibidem*, p. 197-198.

¹¹⁶ Fabiana Pellegrino vai estabelecer ainda que “a dignidade representa a qualidade intrínseca e distintiva reconhecida em cada ser humano, fazendo-o merecedor de respeito e consideração por parte do Estado e da comunidade. Traz consigo um complexo de direitos e deveres fundamentais, resistentes a todo ato de cunho degradante e desumano, e que garantam as condições existenciais mínimas para uma vida saudável, proporcionando e promovendo sua participação ativa nos destinos da própria existência e da vida em comunhão com os demais seres humanos”.

da degradação que acaba sofrendo. No entanto, a dignidade da pessoa humana deve ser preservada como forma de garantir que esse sujeito se veja possibilitado de ter uma vida digna, ou seja, de ter o mínimo necessário a sua sobrevivência, e de sua família.

Atrelada a isso, surge a necessidade de garantia de mínimo existencial que, apesar de não encontrar uma previsão constitucional expressa, encontra respaldo no próprio princípio da dignidade da pessoa humana^{117 118} e demais princípios constitucionais.

A garantia do mínimo existencial busca, em verdade, a efetivação de que o consumidor endividado tenha para si e para o seu ciclo familiar as condições para se ter uma vida saudável e sem que lhes falte nada daquilo que se julgue necessário à vida digna.

O tratamento do consumidor superendividado busca, em verdade, a garantia de que o mesmo tenha condições de se inserir no mercado novamente, mas que a ele seja também dado o mínimo para sua sobrevivência.

O consumidor pode se valer, portanto, de outras alternativas para que seja a ele dado a possibilidade do tratamento do superendividamento.

4.1.1 Perdão da dívida

Considerado o mecanismo de tratamento mais radical existente no ordenamento, o perdão da dívida finda com qualquer expectativa de que o credor cobre e receba o quanto devido, de modo que, o devedor fica liberado de sua dívida.

¹¹⁷ “Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: III - a dignidade da pessoa humana. (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 21 out. 2015.)

¹¹⁸ “Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios. (BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>. Acesso em: 21 out. 2015.)

Sendo assim, o perdão da dívida é entendido como “uma forma de liberar o devedor de suas obrigações e preservar o seu rendimento futuro, reconhecendo que o salário (capital humano) é essencial para sua reabilitação”.¹¹⁹

Apesar de ser medida que daria fim à angústia e à situação degradante a qual é submetido o devedor na sociedade, não temos ainda uma lei de falência específica no Brasil que desse conta dessa alternativa como meio apto ao tratamento do consumidor superendividado.

Existem discussões legislativas e doutrinárias nesse aspecto, tendo em vista que, ao possibilitar que o devedor tenha sua dívida esquecida, acredita-se que seria essa uma facilidade e um incentivo para que os consumidores, de maneira geral, deixem de realizar os pagamentos de suas dívidas e, assim, tenham acesso ao perdão das mesmas. Seria, portanto, um incentivo ao inadimplemento.

Por outro lado, os consumidores americanos superendividados, por exemplo, gozam de uma possibilidade de perdão da dívida, através do *fresh start*. Nesse modelo americano o perdão da dívida é imediato, fazendo com que o devedor consiga se livrar da dívida, ao mesmo tempo em que já consegue se reinserir no mercado de consumo.

Essa previsão só se faz possível porque no ordenamento jurídico americano existe um regime formal de insolvência onde se reconhece a impossibilidade de que o consumidor consiga ter sua dívida perdoada em sua integralidade, caso não exista uma lei federal obrigando os credores a realizarem um plano de pagamento particular.¹²⁰

O perdão da dívida pode ser uma solução para o superendividamento do consumidor, de modo que em casos extremos em que, o sujeito de boa-fé, não consegue adimplir com os valores devidos, buscando-se, assim, uma análise mais humanizada da recuperação do devedor, tenha sua dívida perdoada, não precisando quitá-la.

¹¹⁹ LIMA, Clarissa Costa De. **O Tratamento do Superendividamento e o Direito de Recomeçar dos Consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 60.

¹²⁰ DICKERSON, Mechele. O Superendividamento do Consumidor: uma perspectiva a partir dos EUA no ano de 2007. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº80, out./dez. 2011, p. 167.

O que se busca, partindo dessa análise, é verificar as razões que, de fato, levaram aquele devedor ao inadimplemento. Motivos das mais variadas espécies podem contribuir para o resultado inadimplemento e o que falta no ordenamento jurídico é o estudo casuístico que identifique a real situação e aplique o perdão para o caso que se enquadrar como justo a ser objeto dessa medida, ou seja, analisar as situações no caso concreto e verificar se o devedor deixou de honrar com suas dívidas porque assim o quis ou se por razões justificáveis não conseguiu adimpli-las.

Portanto, situações como o desemprego, que afeta uma grande parte da população, pode ser encarada como uma situação em que, verificada a vontade em arcar com sua dívida, assim não o faz por não ter condições financeiras para tanto.

A negativa quanto à aceitação do perdão da dívida como forma de tratar o superendividado reside no fato de que, em verdade, o impulso pela compra, viabilizado pelo fácil acesso ao crédito e as inúmeras jogadas de marketing e publicidade que incentivam o consumo, levam ao consumismo por impulso e o perdão da dívida não poderia alcançar esse tipo de situação, mas, em contrapartida a esse argumento, o superendividamento é consequência também da realização de dívidas para aquisição de produtos e serviços necessários à vida com dignidade.

Sendo assim, o superendividamento não se justifica apenas com a aquisição de bens por impulso ou que sejam adquiridos em razão da publicidade, pois muitos endividados contraem dívidas para satisfação de suas necessidades pessoais, com bens extremamente necessários para o mínimo existencial e justificaria, portanto, o perdão da dívida quando esse devedor agiu de boa-fé.

Pela razão exposta é que o perdão da dívida, ainda que não regulamentado legalmente, é meio capaz de tratar o consumidor superendividado como alternativa do mesmo, antes afundado em dívidas, voltar para o mercado de consumo tendo sanado os constrangimentos que esse tipo de situação proporciona, garantindo o seu direito de recomeçar enquanto consumidor.

4.1.2 Revisão Contratual

Inicialmente, cabe a análise dos primeiros elementos que configuram um contrato para que se chegue à revisão do mesmo como forma de tratamento do consumidor superendividado.

Os contratos na relação de consumo passaram por todo um processo de evolução, motivo pelo qual assumem diversas acepções, a depender do momento histórico em que está inserido.

O contrato surge quando se iniciou o relacionamento entre pessoas. Ainda que não tivesse o conceito e o formato que tem hoje, já se visualizava a ideia de contratar, mesmo que de maneira muito tímida.

Cláudia Lima Marques¹²¹ destaca que a ideia tradicional da concepção de contratos está voltada para a autonomia de vontade. Para essa mesma autora, com fundamento em seu estudo da doutrina francesa, destaca-se alguns momentos como fundamentais para se chegar à definição de contrato existe hoje.

O primeiro momento de fundamental importância foi o *direito canônico* com o destaque da autonomia de vontade e o abandono do formalismo exagerado, fazendo obrigação entre as partes o simples pacto realizado entre os sujeitos.

Cumprir ainda mencionar a segunda origem baseada na *teoria do direito natural* onde houve a prevalência dos dogmas da autonomia da vontade e a liberdade contratual. Por outro lado, as *teorias de ordem política e a Revolução Francesa* baseiam-se na contribuição dada pela teoria do contrato social, estabelecendo que as vontades dos sujeitos vão se unir através do contrato para que seja formada a sociedade, ou seja, para a formação do Estado, tal qual se conhece hoje.

Por fim, essa mesma autora destaca as *teorias econômicas e o Liberalismo* como fonte do contrato, ressaltando a liberdade contratual como necessária para que movimentasse as riquezas na sociedade.

Desse modo, com todas as influências em torno da concepção de contrato, chega-se ao conceito trazido hoje pelos doutrinadores, que acabam divergindo em alguns sentidos, mas convergem no cerne do que seria o contrato.

É nesse sentido que Eugênio Kruschewsky define:

¹²¹ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor – o novo regime das relações contratuais**. 4 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 43-47.

O contrato consiste no encontro de duas ou mais vontades contrapostas, que confluem para regulamentar interesses particulares (entre as partes) com o objetivo de CRIAR, MODIFICAR ou EXTINGUIR relações jurídicas de natureza patrimonial, tudo em conformidade com o direito objetivo.¹²²

O supracitado autor destaca ainda que o contrato é “uma espécie de negócio jurídico, de estrutura bilateral e fonte geradora de obrigação”.¹²³

Transportando o referido conceito para o direito do consumidor, resta, de logo, ressaltar que em uma relação de consumo o que se vê é uma desigualdade entre os sujeitos do contrato, onde o consumidor mostra-se vulnerável quando comparado com o fornecedor. Por essa razão é que faz-se necessária uma harmonização entre as partes e, principalmente, na disciplina dos contratos de consumo.

O que se verifica, portanto, é que mediante a realidade dos contratos de massa e da celeridade com que as relações contratuais devem se pautar, o contexto atual é dos contratos de adesão, através dos quais o fornecedor impõe as cláusulas e condições unilateralmente e o consumidor se sujeita à elas, sem que tenha a alternativa de alterá-las, conforme determina o art. 54 do CDC¹²⁴.

O mesmo dispositivo do Código de Defesa do Consumidor traz de que forma esse contrato deve ser colocado, como é o caso do §3º¹²⁵ com a indicação de que as cláusulas devem ser redigidas de maneira clara e que seja de fácil compreensão para o consumidor, assim como o §4º¹²⁶ que impõe que cláusulas que limitem o direito do consumidor devem estar em destaque.

¹²² KRUSCHEWSKY, Eugênio. **Teoria Geral dos Contratos Cíveis**. 2 ed. rev. atual. e ampl. Salvador: JusPodivm, 2009, p. 19.

¹²³ *Ibidem*, p. 20.

¹²⁴ “Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo. § 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato. § 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressaltando-se o disposto no § 2º do artigo anterior. § 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 25 out. 2015.)

¹²⁵ “Art. 54. § 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 25 out. 2015.)

¹²⁶ “Art. 54. § 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.” (BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 25 out. 2015.)

Surge então a possibilidade da revisão dos contratos quando estes apresentarem um desequilíbrio anormal entre as partes. Flávia Marimpietri preleciona que a revisão contratual poderá ser utilizada quando houver “desproporção no pacto, cláusula abusiva ou onerosidade excessiva por fato superveniente”.¹²⁷

A autora segue aduzindo que, apesar da possibilidade da revisão contratual, não se pode admitir o seu uso indevido e abusivo, sob pena de banalização e torná-lo obsoleto. Desse modo, propõe o estudo dos seus pressupostos.

Destaca-se, portanto que para que se visualize um contrato deve existir a relação de consumo que se configura com a presença do consumidor, do fornecedor e do objeto (produto ou serviço) que vai ligar essas duas partes contratuais.

Nesse contexto é que se faz possível a revisão do contrato de consumo, nos termos do art. 6º, V, do CDC¹²⁸ que trata a revisão contratual como um direito do consumidor, dividindo-o em duas espécies: “a revisão por presença de lesão objetiva e revisão por presença de fato superveniente e imprevisível, que altere a base do contrato, e onere excessivamente uma das partes”¹²⁹, além do art. 51 do CDC¹³⁰ que prevê a revisão para cláusulas abusivas.

A referida autora segue destacando ainda os pressupostos necessários para que seja realizada a revisão contratual, ressaltando que os mesmos não são cumulativos, bastando a configuração de um deles para que se autorize a revisão.

O primeiro pressuposto destacado pela autora é a *lesão objetiva*. Como o próprio nome já indica, essa lesão tem natureza objetiva e sua caracterização vai se dar com a desproporção, ou seja, quando existe a desproporcionalidade nas prestações do contrato, causando um desequilíbrio das partes.

¹²⁷ MARIMPIETRI, Flávia da Fonseca. **Pressupostos da revisão dos contratos de consumo**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, p. 56.

¹²⁸ Art. 6º São direitos básicos do consumidor: V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.” (BRASIL, Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 25 out. 2015.)

¹²⁹ MARIMPIETRI, Flávia da Fonseca. **Pressupostos da revisão dos contratos de consumo**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, p. 79.

¹³⁰ Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que (...)” (BRASIL, Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 25 out. 2015.)

Flávia Marimpietri, nesse pressuposto, destaca a importância do papel do juiz na identificação das lesões que venham a atingir o contrato, pois ele deve analisar cada caso concreto de acordo com suas peculiaridades.

Note que não é qualquer lesão que é apta a gerar a revisão do contrato, pois a desproporcionalidade deve ser de grande monta e que gere uma quebra na proporcionalidade existente, destacando ainda que essa desproporção não é consentida entre as partes.

Não se nega que no contrato de consumo é aceitável que exista um mínimo de desigualdade entre as partes, mas o que se quer rechaçar, com o instituto da revisão contratual, são situações em que se confirme o excesso praticado.

O segundo pressuposto trazido pela autora é a *onerosidade excessiva*. Nesse aspecto a ocorrência de fatos extraordinários e imprevisíveis que causem a mudança na base do contrato pode gerar o direito à revisão contratual.

Observa-se que o direito à revisão em razão da onerosidade excessiva pode ser dado ao consumidor ou qualquer outra pessoa que esteja no seu lugar, além de não poder estar em mora com a prestação. Seguindo essa mesma linha, destaca-se ainda que para que haja a caracterização da possibilidade da revisão contratual, deve existir um fato e este deve ser imprevisível e extraordinário, ou seja, um fato que não se esperava e que seja apto a alterar a finalidade inicial do contrato.

O terceiro pressuposto trazido por Flávia Marimpietri é denominado de *boa-fé, tutela da confiança e revisão contratual no Código de Defesa do Consumidor*. Nesse pressuposto a autora avalia a boa-fé como elemento que inafastável, definido então como um comportamento ético e probó que deve ser adotado entre as partes.

Por último, a autora prevê ainda “a necessidade da demonstração do *animus solvendi* em respeito à exteriorização da boa-fé. Tal comportamento pode ocorrer com o adimplemento das prestações ou o seu depósito judicial durante a discussão da ação, de modo a evitar a mora”¹³¹.

Nesse sentido é que a revisão contratual é mecanismo de tratamento do consumidor superendividado, sendo largamente utilizado na prática das relações de consumo.

¹³¹ MARIMPIETRI, Flávia da Fonseca. **Pressupostos da revisão dos contratos de consumo**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, p. 103.

No entanto, não se pode banalizar essa prática, posto que, para sua configuração, faz-se de extrema importância o cumprimento dos pressupostos acima elencados, como forma de se garantir o direito do consumidor ao tratamento pelo excesso de suas dívidas, bem como para que seja garantida a segurança jurídica e preservação do contrato na medida em que se mostrem razoáveis e proporcionais para ambas as partes.

Na grande maioria das vezes o consumidor que se vê diante de um endividamento que não consegue honrar, recorre ao Poder Judiciário para que o contrato seja revisto, para que seja garantido o seu direito como consumidor de não ser prejudicado em razão de uma desigualdade contratual.

Não se afasta a natural disparidade existe entre o consumidor e o fornecedor em um contrato de consumo. O que não se admite é que, como parte vulnerável, o consumidor esteja diante de situação apta a lhe causar danos financeiros e que contribua para o seu inadimplemento e conseqüente endividamento.

No contexto acima retratado é que a revisão contratual possibilita que o consumidor tenha direito de que as cláusulas e termos de um contrato sejam reconsiderados e revistos, para que não seja prejudicado com um superendividamento em decorrência de um contrato que se mostrou excessivo em suas cláusulas e termos.

4.1.3 Direito de Arrependimento

Podendo também ser visto como uma forma de prevenção do superendividamento, o direito de arrependimento, como o terceiro método para tratamento do consumidor superendividado a ser discorrido aqui, encontra respaldo no art. 49¹³² do CDC.

¹³² “Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio. Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.” (BRASIL, Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 25 out. 2015.)

Diante das inúmeras possibilidades de compra e ainda mediante a publicidade exaustiva em torno do mercado de consumo, o ordenamento consumerista possibilitou ao consumidor o direito de arrependimento, também chamado de prazo de reflexão.

Esse direito consiste na possibilidade de que o consumidor, nas compras realizadas fora do estabelecimento comercial, tenha o período de 7 (sete) dias para desistir do contrato. Convergindo com a definição trazida pelo CDC, Guilherme Ferreira da Cruz estabelece que seria esse um direito conferido ao consumidor e depende da manifestação da vontade dele em exercê-lo.¹³³

Além disso, o autor reafirma que essa previsão visa “assegurar a boa-fé e a lealdade nas relações contratuais de consumo, protegendo a declaração de vontade do consumidor despreparado”, ou seja, aquele consumidor que não teve tempo para decidir acerca da aquisição ou não tinha outro fornecedor para lhe oferecer o produto ou serviço¹³⁴.

Portanto, sua finalidade é “proteger a declaração de vontade do consumidor, para que essa possa ser decidida e refletida com calma, protegida das técnicas agressivas de vendas a domicílio”¹³⁵

Ressalta-se ainda que, esse é um benefício não apenas do consumidor, mas também do fornecedor que, ao ter o bem devolvido, pode oferecê-lo a quem tenha condições de pagar por ele ou que tenha interesse em aceitar suas características, mesmo porque, o arrependimento do consumidor se dá, sobretudo, pela falta de orçamento para honrar com o compromisso¹³⁶.

E é nesse contexto de que, em sua grande maioria, o arrependimento ocorre pela dificuldade com que o consumidor tem para honrar com o pagamento, pois esse

¹³³ DA CRUZ, Guilherme Ferreira. **Teoria Geral das Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2014, p. 168-175

¹³⁴ *Ibidem*, p.170.

¹³⁵ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3 ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 911.

¹³⁶ MARIMPIETRI, Flávia da Fonseca. **Pressupostos da revisão dos contratos de consumo**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, p. 61.

¹³⁶ “É uma modalidade de empréstimo em que o desconto da prestação é feito diretamente na folha de pagamento ou de benefício previdenciário do contratante. A consignação em folha de pagamento ou de benefício depende de autorização prévia e expressa do cliente à instituição financeira concedente do empréstimo.” (Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/?CONSIGNADOFAQ>. Acesso em: 26 out. 2015.)

direito consistente em se arrepender do contrato pactuado pode ser um meio apto ao tratamento do superendividado, posto que, esse sujeito, quando verifica que não conseguirá adimplir com (mais) essa dívida, se vale então do arrependimento se arrepender de comportamento adotado e reestabelecer sua condição anterior à compra.

Tal mecanismo, ainda que a curto prazo em razão do período de 7 (sete) dias para que seja suscitado o arrependimento, ao mesmo tempo em que evita que o consumidor se veja em situação de endividamento agravado, possibilita que o mesmo, ao notar que seu endividamento ultrapassou todos os limites possíveis para o adimplemento, possa voltar atrás na sua decisão de contratar.

Sua importância se faz tão clara que o PL 283/2012, que vem normatizar o superendividamento, prevê, em no §3º do art. 54-D, o direito de arrependimento também com o prazo de 7 (sete) dias quando se tratar de crédito consignado¹³⁷.

Desse modo, com a mudança legislativa que se espera com o referido projeto de lei, mantêm-se o direito de arrependimento, pois é de crucial relevância para o consumidor superendividado que ele tenha alternativas para voltar atrás em contrato já pactuado, ainda que, a princípio, esse instituto só seja possível nas compras feitas fora do estabelecimento comercial ou para aquelas em que o consumidor não tenha tido contato com o produto ou serviço que está adquirindo.

4.2 ALTERNATIVAS ADOTADAS NO ATUAL ORDENAMENTO JURÍDICO CONSUMERISTA

Pela análise já realizada acerca do fenômeno do superendividamento, cabe agora um estudo de como o superendividamento vem sendo tratado na realidade fática, ou seja, como têm sido as experiências.

Apesar de toda a movimentação em torno do PLS 283/2012, não existe ainda de maneira concreta uma previsão para o superendividamento, motivo pelo qual

¹³⁷ “É uma modalidade de empréstimo em que o desconto da prestação é feito diretamente na folha de pagamento ou de benefício previdenciário do contratante. A consignação em folha de pagamento ou de benefício depende de autorização prévia e expressa do cliente à instituição financeira concedente do empréstimo.” (Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/?CONSIGNADOFAQ>. Acesso em: 26 out. 2015.)

existem experiências outras que buscam amenizar os efeitos desse fenômeno, bem como buscar formas para o seu tratamento.

O Poder Judiciário, sobretudo, tem se empenhado na tutela desse consumidor superendividado quando os mesmos recorrem ao exercício do poder jurisdicional como alternativa para a solução dos seus conflitos.

Com vistas ao tratamento mais específico desse fenômeno, Cláudia Lima Marques e Karen Rick Danilevicz realizaram importante estudo no Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGDir./UFRGS), denominado de “Tratamento de Situações de Superendividamento do Consumidor” auxiliando o Ministério da Justiça na elaboração de uma lei brasileira específica sobre o tratamento do consumidor superendividado.

Em um primeiro momento preocupou-se com um estudo do direito comparado, “chegando à conclusão de que sociedades de consumo consolidadas como a norte-americana, a canadense, a francesa, a alemã e a belga possuíam normas especiais para tratar a eventual ‘falência’ dos consumidores e particulares.”¹³⁸

Para a realização desse estudo as autoras organizaram também um núcleo de pesquisa que contou com a participação de estudiosos do direito com o objetivo de se conhecer o perfil dos consumidores superendividado, além de contar com o auxílio do Núcleo Civil da Defensoria Pública do Estado do Rio Grande do Sul, elaborando questionários para mapear a situação do consumidor. .

Nesse diapasão é que, pela análise de 100 casos de superendividados no Rio Grande do Sul, o estudo chegou a conclusões como: a maioria dos superendividados são mulheres (55%); pessoas não casadas (69%) e com idade de 30 a 50 anos (66%)¹³⁹.

Outra conclusão a que se chegou o estudo foi que a maioria dos superendividados não era daqueles que gastavam compulsivamente ou que não sabem administrar as formas de concessão do crédito, mas sim uma maioria composta de

¹³⁸ MARQUES, Cláudia Lima. Direitos do consumidor endividado – Superendividamento e crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito de consumo: proposições com base na pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 255-309.

¹³⁹ *Ibidem*, p. 301.

superendividados passivos, ou seja, aqueles que se endividaram por motivos outros como o desemprego e o divórcio.

Um ponto importante a ser destacado na supracitada pesquisa são os juros. Identificou-se que a maioria dos consumidores têm suas dívidas aumentadas em demasia em decorrência da aplicação dos juros.

Ademais, as autoras chegaram, também, à conclusão de que seria cabível a implementação de um modelo extrajudicial, já praticado na França, para aplicação das Defensorias Públicas e dos Juizados Especiais de Pequenas Causas.

Nesse modelo extrajudicial seria elaborado um plano para pagamento da dívida, contando com a participação de uma comissão formada pelo juiz, juiz leigo, árbitro ou mediador, representante da defensoria e dos bancos ou financeiras, bem como de consumidores. Assim, acredita-se que haveria uma diminuição considerável de ações no Judiciário.

Importante ainda destacar como, na prática, tem sido realizados esses estudos acerca do superendividamento, merecendo enfoque também o estudo capetaneado por Claudia Lima Marques no Rio Grande do Sul que serviu como base para outros estudos e análises acerca do superendividamento do consumidor, como foi o caso da Defensoria Pública do Paraná que, inspirado na prática do Rio Grande do Sul, promoveu também projetos de proteção ao superendividado.

Mister se faz ainda esclarecer que, para que haja um tratamento do superendividado, faz-se necessário o atendimento a um procedimento para tanto, valendo-se de pressupostos específicos.

Sandra Bauermann¹⁴⁰ analisa que no projeto de tratamento realizado no Paraná, para a utilização do procedimento do tratamento do superendividamento devem estar presentes pressupostos objetivos, como a dívida ser proveniente de relação de consumo e sem limite de valor da dívida; e pressupostos subjetivos que caracterizam o consumidor superendividado e o fornecedor.

Segue aduzindo que para a abertura do procedimento pelo consumidor devem ser preenchidos os pressupostos objetivos e subjetivos, bem como preenchido

¹⁴⁰ BAUERMANN, Sandra. Implantação e experiência do projeto de tratamento ao superendividamento do consumidor no Poder Judiciário do Paraná. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 95, set./out. 2014, p. 231-251.

formulário com informações básicas do superendividado e nesse momento será também entregue ao consumidor a cartilha com os “10 mandamentos de prevenção ao superendividamento”.¹⁴¹

Após isto, será realizada uma audiência de renegociação em que poderá se chegar ao parcelamento da dívida, bem como redução de juros. Havendo a conciliação, o processo é encaminhado ao Juizado Especial Cível, onde será homologado. Se não houver a conciliação, o procedimento é arquivado.

No Paraná o referido projeto foi amplamente divulgado, tendo uma procura bastante expressiva e, com isso, foi feita uma análise de casos chegando a conclusão de que existe, de fato, a necessidade de uma previsão específica e incisiva a respeito do tratamento do superendividamento com a previsão ainda de que exista a possibilidade de negociação amigável das dívidas.

Sandra Bauermann conclui ainda:

Com a aprovação do PL 283/2012 e conseqüente criação de um procedimento adequado para tratamento de situações de superendividamento do consumidor, certamente o Poder Judiciário poderá concretizar, com maior efetividade o princípio da dignidade da pessoa humana, bem como contribuir para a construção de uma sociedade mais justa, humana e solidária!¹⁴²

Não apenas o papel do Poder Judiciário no Rio Grande do Sul e no Paraná que se mostram como alternativas adotadas frente à ausência de legislação específica, como também a Defensoria Pública contribui para que, no caso concreto, essa lacuna seja amenizada e medidas sejam adotadas para o melhor tratamento do superendividado.

Em verdade, o modelo inicial de pesquisa definido por Cláudia Lima Marques e Karen Rick Danilevicz serviu como base para os demais estudos e aplicações práticas trazidos pelos demais segmentos.

¹⁴¹ Veja os 10 mandamentos para evitar o superendividamento: 1 - Não gaste mais do que você ganha; 2 - Tenha cuidado com o crédito fácil; 3 - Não assuma dívida sem antes refletir e conversar com sua família; 4 - Leia o contrato e os prospectos; 5 - Exija informação sobre as taxas de juros mensais e anuais; 6 - Exija o prévio cálculo do valor do total dívida e avalie se é compatível com sua renda; 7 - Compare as taxas de juros dos concorrentes; 8 - Não assuma dívidas em benefícios de terceiro; 9 - Não assuma dívidas e não forneça seus dados por telefone ou pela internet; 10 - Reserve parte de sua renda para as despesas de sobrevivência. Disponível em: <http://www.ouvidoria.ufrj.br/images/stories/Ouvidoria/Seminarios/cartilha_superendividado.pdf>

Acesso em: 26 out. 2015.

¹⁴² BAUERMAN, Sandra. Implantação e experiência do projeto de tratamento ao superendividamento do consumidor no Poder Judiciário do Paraná. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 95, set./out. 2014, p. 251.

É nessa linha que Marcela Oliboni¹⁴³ corrobora com os entendimentos acima elencados destacando a importância da Defensoria Pública para que se trate tal fenômeno.

A Defensoria Pública também tem importante papel na defesa dos direitos dos consumidores e atrelado a isso, surge também a necessidade da atuação desse órgão no tocante ao superendividamento e assim age a Defensoria do Estado do Rio de Janeiro: auxiliando na tutela e tratamento do fenômeno do superendividamento.

Para tanto, foi criado o NUDECON – Núcleo de Defesa do Consumidor, órgão sem personalidade jurídica, mas com o objetivo principal de proteção dos direitos do consumidor e para o estudo específico do superendividamento foi criada a Comissão de Defesa do Consumidor Superendividado.

A atuação dessa comissão contribuiu para que alguns endividados que se submeteram ao crivo da Defensoria chegassem a um acordo, renegociando suas dívidas através de audiências de conciliação. Ressalta-se que esse mecanismo obteve o êxito que se esperava através do sucesso com a renegociação das dívidas da maioria dos casos.

Ademais, observa-se uma atuação conjunta do Judiciário, bem como das Defensorias, para que haja uma diretriz a ser tomada quando se tratar do superendividamento do consumidor.

Em que pese ainda não exista uma lei que venha a regular todas as situações do superendividamento, o que se espera é que o consumidor que se veja numa circunstância de endividamento agravado possa se utilizar de meios outros para encontrar os seus direitos e sua proteção, preservando assim a dignidade que lhe é inerente, bem como o mínimo existencial para sua sobrevivência e de sua família.

A atuação jurisprudencial e doutrinária nesse sentido, ainda que momentaneamente, tenta suprir ao máximo a ausência da legislação, além dos mecanismos elencados acima como formas de que o consumidor superendividado não se veja desamparado

¹⁴³ OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. **Direitos do consumidor endividado – Superendividamento e crédito**. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 345-354.

e possa recorrer à elas para a garantia dos seus direitos, que é a premissa máxima do próprio direito do consumidor.

5 CONCLUSÃO

Pôde ser visto, portanto, que o Superendividamento é fenômeno que marca a sociedade de consumo e sua configuração se dá, sobretudo, pela concessão de crédito e inobservância de deveres como a informação por parte do fornecedor, que contribuem para que o consumidor se torne inadimplente.

No Brasil, ao contrário de países como a França e Estados Unidos, não existe previsão para o superendividamento, mas, na realidade prática, o que se observa é a aplicação do Código de Defesa do Consumidor e princípios norteadores do Direito que buscam a melhor solução ao caso concreto, levando em conta o caráter vulnerável do consumidor.

Verificou-se que, apesar da ausência de legislação brasileira sobre o tema, está em trâmite no Senado Federal o Projeto de Lei 283/2012 que busca inovar trazendo formas de prevenção e tratamento para o consumidor superendividado, ou seja, será inaugurada uma nova ordem de consumo, prevendo a instauração de métodos de educação como forma preventiva ou ainda métodos de tratamento para o superendividamento.

Essa nova lei que se aguarda dará efetividade a um fenômeno do direito do consumidor que no momento se vê desamparado de forma legal, mas que, na prática, pode ser amplamente tratado e prevenido.

Portanto, no que tange, sobretudo, ao tratamento do consumidor superendividado, não se nega a aplicação de princípios constitucionais como a dignidade da pessoa humana no contexto em que o consumidor não pode ser marginalizado ou sofrer por conta de dívida que contraiu, ressalta-se, de boa-fé, mas, por motivos justificáveis, foi impossibilitado de adimpli-la.

Por essa razão é que métodos de tratamento podem e devem ser adotados no ordenamento jurídico, a exemplo do perdão da dívida, já amplamente aplicado nos EUA através do *fresh start* que será eficiente, conquanto seja para aquelas situações em que o consumidor não tenha a mínima chance de fazer frente às suas dívidas.

De outro modo, a revisão contratual é consagrada pelo CDC e, por essa razão, é adotada também como enfrentamento para o superendividamento nas circunstâncias em que o consumidor seja lesado em decorrência de uma disparidade contratual anormal existente entre as partes do contrato.

Previsto também no PL 283/2012 e reforçando a tutela já trazida pelo CDC é que o direito de arrependimento mostra-se eficaz no tratamento do consumidor superendividado.

Por fim, nota-se que as experiências e pesquisas adotadas pelas Defensorias Públicas e Tribunais de Justiça viabilizam uma nova ordem, possibilitando que o superendividamento seja objeto de uma análise mais aprofundada, traçando o perfil desse sujeito que não consegue quitar suas dívidas, promovendo ainda, na tentativa de dirimir o conflito de consumo, as conciliações junto aos credores.

Restou claro que, no fim das contas, o direito do consumidor, ainda que diante da ausência de legislação específica, pode garantir verdadeiramente o direito do próprio consumidor em face ao superendividamento, adotando meios para o seu enfrentamento, mecanismos estes que devem ser aplicados de maneira ampla a todo e qualquer consumidor nessa circunstância.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRIDIS, Georgios. **Todo consumidor é vulnerável na mercado de consumo**. Jus Brasil. Disponível em: <
<http://georgiosalexandridis.jusbrasil.com.br/artigos/112128602/todo-consumidor-e-vulneravel-no-mercado-de-consumo>> Acesso em: 28 out. 2015.

ÁVILA, Humberto. **Teoria dos Princípios: da definição à aplicação dos princípios jurídicos**. 7. ed. ampl e atual. São Paulo: Malheiros Editores, 2007.
 BARROSO, Luís Roberto. **Curso de Direito Constitucional Contemporâneo: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo**. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

BAUERMANN, Sandra. Implantação e experiência do projeto de tratamento ao superendividamento do consumidor no Poder Judiciário do Paraná. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 95, set./out. 2014.

BAUMAN, Zygmunt. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
 BENJAMIN, Antonio Herman; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl.- São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

BIONI, Bruno Ricardo. Superendividamento: um fenômeno socioeconômico decorrente da difusão do consumo e a sua análise à luz das evoluções legislativas americanas e francesas frente ao PL 283/2012. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, mai/jun 2015.

BOLADE, Geisianne Aparecida. O Superendividamento do Consumidor como um Problema Jurídico-Social. **ANIMA: Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET**. Curitiba: Ano III, jul/dez. 2012.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1998. Disponível em: <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>
 Acesso em: 27 out. 2015.

BRASIL, **Lei 8.078** de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out 2015.

BRASIL, **Projeto de Lei nº 283** de 2012. Altera a Lei nº 8.078/90 (O Código de Defesa do Consumidor). Disponível em:
 <<http://www.senado.leg.br/atividade/rotinas/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>> .
 Acesso em: 16 out 2015.

BRASIL. **Lei 11.101** de 9 de fevereiro de 2005. Regula a recuperação judicial, a extrajudicial e a falência do empresário e da sociedade empresária. Disponível em : < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/111101.htm>. Acesso em: 16 out 2015.

BRASIL. **Lei 5.869** de 11 de janeiro de 1973. Institui o **Código de Processo Civil**. Disponível em: ,http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5869compilada.htm. Acesso em:16 out 2015.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Agravo no Recurso Especial de nº 1.206.956. Agravante: União Gaúcha dos Professores Técnicos. Agravado: Vladimir Freire Rodrigues. Relator: Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. D.J. 22 out. 2012. Disponível em: < <http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22641241/agravo-regimental-no-recurso-especial-agrg-no-resp-1206956-rs-2010-0151668-9-stj/inteiro-teor-22641242>> Acesso em: 29 out. 2015.

CALIXTO, Marcelo Junqueira. Princípios do Direito Civil Contemporâneo. *In*: DE MORAES, Maria Celina Bodin. **O Princípio da Vulnerabilidade do consumidor**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

CARPENA, Heloísa. **Abuso do Direito nos Contratos de Consumo**. 1 ed. Rio de Janeiro. Editora Renovar, 2011.

CARVALHO. Diógenes Faria De. **Consumidor endividado, vítima do sistema cultural**. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo. Curitiba: J.M Editora, vol. II, n.1, mar 2012.

CARVALHO, José Carlos Maldonado de. **Direito do Consumidor: fundamentos doutrinários e visão jurisprudencial**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

CASADO, Marcio Mello. **Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobreendividamento no Brasil**. Revista Direito do Consumidor, nº 33. São Paulo: RT, 2000.

_____. **Proteção do Consumidor de Crédito Bancário e Financeiro**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v.15, 2000.

Conceito de Empréstimo consignado. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/?CONSIGNADOFAQ>. Acesso em: 26 out. 2015.

CORDEIRO, Carolina Souza. O comportamento do consumidor e a antropologia da linguagem. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 84, out./dez. 2012.

DA COSTA, Gerado de Faria Martins. Direitos do Consumidor Endividado – Superendividamento e Crédito. *In*: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZANI, Rosângela Lunardelli (Coord.). **Superendividamento: solidariedade e boa-fé**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

DA CRUZ, Guilherme Ferreira. **Teoria Geral das Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2014.

DE ALMEIDA, João Batista. **Proteção jurídica do consumidor**. 6. ed. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2008.

DICKERSON, Mechele. O Superendividamento do Consumidor: uma perspectiva a partir dos EUA no ano de 2007. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº80, out./dez. 2011.

Distrito Federal. Tribunal de Justiça do Distrito Federal. Apelação Cível nº 20120111990657. 6ª Turma Cível. Relator: José Divino de Oliveira. Distrito Federal. D.J. 29 jul.2014 Disponível em: < <http://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/129917538/apelacao-civel-apc-20120111990657-df-0055697-1720128070001>> Acesso em: 27 out. 2015.

EFING, Antônio Carlos; BERGSTEIN, Laís Gomes; GIBRAN, Fernanda Mara. A ilicitude da publicidade invisível sob a perspectiva da ordem jurídica de proteção e defesa do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 81, jan./mar. 2012.

FILHO, Sérgio Cavalieri. **Programa de Direito do Consumidor**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. 10 ed. rev., ampl e atual. São Paulo: Atlas, 2012.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; NETO, Fernando Sacco. **Manual de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobreendividamento, a outra face do crédito. Observatório do endividamento dos consumidores**. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Direitos do Consumidor Endividado – Superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

FRANCO, Vera Helena de Mello. O sobre-endividamento do consumidor. Os modelos. Estado atual da questão perante o direito alienígena. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 99, mai/jun 2015.

JUNIOR, Ecio Perin. **A Globalização e o Direito do Consumidor**. São Paulo: Manole, 2003.

JÚNIOR, Vicente da Cunha Passos. **A tutela jurídica contra o superendividamento como a aplicação do princípio da dignidade humana nas relações de crédito**. 2010. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

KRUSCHEWSKY, Eugênio. **Teoria Geral dos Contratos Cíveis**. 2 ed. rev. atual. e ampl. Salvador: JusPodivm, 2009.

LIMA, Larissa Costa de. **O Tratamento do Superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores**. Coord. Antonio Herman Benjamin e Claudia Lima Marques. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

MARIMPIETRI, Flávia da Fonseca. **Pressupostos da revisão dos contratos de consumo**. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor – o novo regime das relações contratuais**. 4 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

_____. 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. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos tribunais, 2005.

_____. Direitos do consumidor endividado – Superendividamento e crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito de consumo: proposições com base na pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

_____. BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3 ed. rev. ampl. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MAZON, Marília. O controle e a prevenção do dano ao consumidor perante a publicidade abusiva. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 78, abr./jun. 2011.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl.- São Paulo: Editora Revista dos Tribunais.

NETO, André Perin Schimidt. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 71, jul/set 2013.

NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Manual de Direito do Consumidor**. 9 ed. rev. ampl. e atual. Salvador: Juspodivm, 2014.

_____. **Manual de Direito do Consumidor à luz da jurisprudência do STJ**. Salvador: JusPodvim, 2007.

NEVES, Daniel Amorim Assumpção; TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito do Consumidor**. 3 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Método, 2014.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

O *Observatório do Endividamento dos Consumidores* (OEC). Disponível em: <<http://oec.ces.uc.pt/apresentacao/apresentacao.html>>. Acesso em: 21 out. 2015.

OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. **Direitos do consumidor endividado – Superendividamento e crédito**. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

OTTONI, Carlos Frederico. **A proibição do venire contra factum proprium**. Disponível em: <http://www.siqueiracastro.com.br/informativos/Informe-JEC/2014/info_jec-03_01.html> Acesso em: 29 out. 2015.

PELLEGRINO, Fabiana Andrea de Almeida Oliveira. **Tutela jurídica do superendividamento**. Salvador: JusPODIVM, 2015.

_____. **A tutela em face do superendividamento na perspectiva de uma hermenêutica contemporânea das relações de consumo**. 2014. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Pesquisa Perfil do Consumidor Inadimplente. 2º trimestre de 2015. Disponível em: <http://www.boavistaservicos.com.br/wp-content/uploads/2015/07/Perfil-do-Consumidor-Inadimplente-web-2o-trimestre-2015.pdf> . Acesso em: 30 out. 2015.

PORTO, Antônio José M.; BUTELLI, Pedro Henrique. O Superendividamento brasileiro: uma análise introdutória e uma nova base de dados. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v.95, set./out.2014.

SILVA, Roberto de Abreu. **A falta contra a legalidade constitucional**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2002.

SOARES, Ricardo Maurício Freire. **A Nova Interpretação do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana**. São Paulo: Saraiva, 2010.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção Neves. **Manual de Direito do Consumidor**. 3 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Método, 2014.
10 mandamentos para evitar o superendividamento. Disponível em: <http://www.ouvidoria.ufrj.br/images/stories/Ouvidoria/Seminarios/cartilha_superendividado.pdf> Acesso em: 26 out. 2015.