

O SUPERENDIVIDAMENTO DE ACORDO COM O PROJETO DE LEI DE REFORMA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR¹

CAROLINA OLIVAES FOSSÁ²

RESUMO: O presente trabalho tem por objetivo analisar o fenômeno do superendividamento do consumidor, sua proteção jurídica no ordenamento jurídico brasileiro, com base em princípios que visam à proteção do consumidor nas relações de consumo. O estudo aponta a relação entre a facilidade do crédito ao consumo e os motivos que levam os consumidores ao endividamento crônico. Também, que mesmo diante da ausência de tratamento legal específico para tratar o superendividamento a Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor protegem o devedor nessa condição. A proteção do consumidor superendividado necessita de um amparo jurídico específico para tratamento do caso, como o Projeto de Lei do Senado Federal nº 283, de 2012, que visa à alteração do Código de Defesa do Consumidor, disciplinando o crédito ao consumidor, bem como, a prevenção do superendividamento.

Palavras-Chave: Consumidor. Código de Defesa do Consumidor. Superendividamento. Projeto de Lei do Senado nº 283/12.

INTRODUÇÃO

O presente estudo tem por escopo analisar o superendividamento do consumidor, tendo em vista que este fenômeno atinge cada vez mais pessoas na realidade social.

Abordar-se-á a evolução da sociedade em relação ao consumo, que busca consumir para obter *status* social e pela busca incessante da satisfação pessoal. Ver-se-á que esta satisfação muitas vezes é criada pela publicidade, que faz com que o indivíduo compre produtos e serviços que não sejam de sua necessidade. Também, as facilidades do crédito postas frente ao consumidor, que se alastram ligeiramente fazendo que o consumidor se torne superendividado.

¹ Artigo extraído do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), aprovado com grau 9,5 pela banca examinadora, composta pela prof^a. Ms. Flávia do Canto Pereira (orientadora), pelo prof. Ms. André Perin Schmidt Neto e prof. Ms. Alexandre Salgado Marder, em 09 de novembro de 2012.

² Graduanda em Direito na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).

Estuda-se o superendividamento, identificando as espécies de superendividamento e as causas que levam o consumidor a chegar à posição de superendividado. Evidencia-se os princípios protetivos elencados no Código de Defesa do Consumidor, como a figura do consumidor de boa-fé e a forma com que este consumidor é excluído do âmbito social, interferindo em sua dignidade humana.

Verificar-se-á, no último capítulo, a proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro, como meios iniciais de proteção deste consumidor, por meio de medidas que buscam evitar a situação de superendividamento, já que não há ainda normas específicas para o tratamento deste fenômeno. Por fim, o Projeto de Lei do Senado, nº 283, de 2012, que propõe alterações no Código de Defesa do Consumidor para tratamento e prevenção do superendividamento no Brasil.

1 O SUPERENDIVIDAMENTO

A sociedade atual se caracteriza pelo consumo descomedido em busca da satisfação de seus desejos, com intenção de se obter o bem-estar e o status pessoal. Onde o indivíduo com intuito de adquirir uma posição de vida melhor para seu conforto e realização pessoal, consome por consumir, não percebendo que tal atitude foge do seu controle, e, não podendo mais cumprir com suas obrigações, acaba caindo em estado de insolvência em relação as suas dívidas.

A nomenclatura superendividamento, pode ser definida como a “impossibilidade global do devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos)”. Ressalta-se que é um fenômeno social e jurídico que precisa ser regulamentado pelo direito.³ Caracteriza-se, na junção de inúmeras obrigações, onde em um determinado momento o orçamento do consumidor, não se mostra mais capaz de adimplir suas dívidas.

³ MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito e consumo: proposição com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 256.

Revela o fato de ocorrer um endividamento superior relacionado ao orçamento mensal dos consumidores⁴, que já não podem mais cumprir com seus compromissos.

Não se pode concluir a situação de um indivíduo superendividado por um simples atraso de um pagamento, sendo este um atraso temporário, mas sim, ao inadimplemento duradouro, onde não há mais controle por parte do consumidor, que chega ao estado de inadimplemento definitivo.⁵

O “endividamento crônico”⁶ é a inadimplência por parte dos consumidores frente às suas dívidas, sendo este incapaz de cumprir com suas obrigações, uma vez que, ultrapassam o limite de suas rendas e patrimônio pessoais, tornando-se impagável o que se acreditava que se conseguiria pagar.⁷

Nesta mesma linha de pensamento, superendividado, é sempre um consumidor, “pessoa física que contrata a concessão de um crédito, destinado à aquisição de produtos ou serviços que, agiu de boa-fé, e por sua vez, não conseguiu pagar seus débitos”.⁸

Para tanto o termo superendividamento, é visto como uma forma de prevenir o consumidor para que este não venha a declarar sua insolvência civil, admitindo a manutenção da capacidade de consumo, bem como a administração e utilização de seus bens, até que estes sejam dissolvidos passivamente.⁹

⁴ Costa explica a origem francesa da palavra “superendividamento” de acordo com o *Vocabulaire Juridique* de Cornu, a palavra “*surendettement* é um neologismo constituído a partir da palavra *sur* (do latim *super* indicando aqui acumulação, excesso, sobrecarga) e *endividamento*. O neologismo dá a idéia de uma *carga insuportável*, tendo-se em vista o montante das rendas do consumidor, endividado além dos limites razoáveis”. (COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: RT, 2002, p. 106).

⁵ *Ibidem*, p. 46.

⁶ LEITÃO MARQUES, Maria Manuel et al. O endividamento dos consumidores. Lisboa: Almedina, 2000. p. 02, apud. MARQUES, Cláudia Lima. In prefácio COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: RT, 2002, p. 11.

⁷ CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. CARPENA, Heloísa. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 328-329.

⁸ CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. CARPENA, Heloísa. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 328-329.

⁹ GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008, p. 87.

Marques ensina que:

Este estado é um fenômeno social e jurídico a necessitar algum tipo de saída pelo direito do consumidor, e exemplo do que aconteceu com a falência e a concordata no direito da empresa: seja por meio de parcelamento, prazos de graça, redução de montantes, do juros, das taxas, seja por todas as demais soluções possíveis para que possa pagar ou adimplir todas ou quase todas as suas dívidas em face de todos os credores, fortes e fracos, com garantias ou não. Tais soluções, que vão desde a informação e controle da publicidade, direito de arrependimento, tanto para prevenir como para evitar a ruína do parceiro (exceção da ruína), que seria sua 'morte civil', sua exclusão do mercado de consumo ou sua 'falência' civil com o superendividamento.¹⁰

Ressaltando que o superendividamento é um fenômeno tanto social quanto jurídico, Giancoli verifica que:

O superendividamento do consumidor surge como a face negra da democratização do crédito ao consumo. Tão antigo como a história do crédito, esse fenômeno tornou-se um problema coletivo relevante quando da massificação do crédito. Por isso, ele deve ser encarado tanto como um problema social, como um problema jurídico, justamente porque a idéia de ser devedor sempre esteve associada ao sentimento de fracasso, de infelicidade, de pobreza, de indignidade humana.¹¹

Cumpram-se também, que tal fenômeno é classificado de duas formas, o superendividamento *ativo* e o superendividamento *passivo*.¹²

A doutrina europeia¹³ distingue o superendividamento ativo, como sendo aquele que é fruto de uma "acumulação inconsiderada de dívidas"¹⁴, de boa fé, conhecido também como endividamento compulsório.¹⁵ Sendo este, gerado através

¹⁰ MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito e consumo: proposição com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 256 e 257.

¹¹ GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008, p. 08

¹² LIMA, Clarissa Costa de. et. al. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 203.

¹³ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. O direito da consumidor endividado e a técnica do prazo de reflexão. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 329.

¹⁴ *Ibidem*, p. 329.

¹⁵ No tocante ao superendividamento ativo, Oliboni realça que "é proveniente de uma 'acumulação inconsiderada de dívidas', desde que de boa-fé. O indivíduo, na busca de manter um padrão de dignidade que ele mesmo se impõe, se endivida em demasia. Na maioria das vezes, o consumidor até detecta o endividamento antes de contratar, porém contrata impelido pela necessidade. Seja

do consumidor que age ativamente para a aglomeração de dívidas, vindo a gastar mais do que ganha, atuando positivamente¹⁶, mesmo que de boa fé, para colocar-se na situação de endividado.¹⁷

Para tanto, o superendividamento passivo é aquele, também de boa fé, provocado em virtude de um imprevisto¹⁸ da vida moderna, como por exemplo, a dívida proveniente do desemprego, da doença que hostiliza um familiar, pela separação do casal, dentre outros. Neste aspecto passivo, o superendividado não atua para colocar-se na posição de endividado, vindo a estar em tal situação em virtude de circunstância alheias à sua vontade.¹⁹ Assim, o superendividamento passivo, não tem como princípio o abuso nas despesas ou o mau gerenciamento do orçamento, mas sim um “acidente da vida”.²⁰

1.1 CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR

O carro do ano, dinheiro fácil e rápido, *ipad*, celulares de última geração, televisores 3D, muitas famílias desfrutam destes bens colocados no mercado e adquiridos mediante uma sedutora oferta de crédito. Publicidade atrativa e ofertas tentadoras, com parcelamento facilitado atraem os consumidores, que por sua vez,

necessidade real ou necessidade criada pelos costumes ou pela mídia”. (OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p 347).

¹⁶ LEITÃO MARQUES, Maria Manuel. et al. O endividamento dos consumidores. Lisboa: Almedina, 2000. p. 02, apud. MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito e consumo: proposição com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: **Direitos do consumidor endividado:...**op. cit., p. 258).

¹⁷ Conforme adverte Marques, o superendividamento ativo se dá “quando o consumidor abusa do crédito e consome demasiadamente acima das possibilidades de seu orçamento, sendo que, mesmo em condições normais, não teria como fazer face às suas dívidas assumidas”. (MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito e consumo: proposição com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: **Direitos do consumidor endividado:...**op. cit., p. 258).

¹⁸ LEITÃO MARQUES, Maria Manuel. et al. O endividamento dos consumidores. Lisboa: Almedina, 2000. p. 02, apud. MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito e consumo: proposição com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: **Direitos do consumidor endividado:...**op. cit. p. 258.

¹⁹ “Se o consumidor não contribuiu ativamente para o aparecimento dessa crise de solvência e de liquidez”. (Ibid., p. 258).

²⁰ Ibidem, p. 258.

tem suas contas acumuladas, mês após mês, e seus salários acabam, no mínimo mais da metade, servindo apenas para pagar tais dívidas.

Constantemente aumenta o número de pessoas que assumem dívidas excessivas não podendo quitá-las, por não terem arrecadado mais do que gastam, assim pessoas acabam entrando em estado de inadimplência, conseqüentemente se superendividando.²¹

O consumismo exorbitante na sociedade em que se vive, é um dos fatores decisivos para a concretização do superendividamento, onde o consumidor é aliciado através da publicidade a consumir. Os apelos publicitários fazem com que os consumidores manifestem desejo, que além de suas necessidades, submetem-se a consumir com intuito de serem mais valorizadas frente à sociedade, preocupando-se apenas pelo ter, e não pelo ser.²²

Um fator contribuinte nessa realidade é a oferta de crédito rápido e fácil tendo múltiplas formas de financiamento²³, onde para o consumidor adquirir bens e serviços, ou até para expandir negócios, o acesso ao crédito transformou-se “num mecanismo fundamental”²⁴, pois com ele o consumidor busca aumentar sua condição de vida e até mesmo atender necessidades básicas. Este acesso facilitado traduz-se numa importante causa do superendividamento.

²¹ “O inadimplemento da obrigação pode ter por motivo a incapacidade patrimonial do devedor de honrar todas as suas dívidas. Se em seu patrimônio o passivo superar o ativo (quer dizer, seu patrimônio líquido é negativo), o devedor, cedo ou tarde, começará a ter dificuldade para pagar os credores. Costumam, então, suceder-se várias inadimplências, uma atrás da outra”. (GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008, p. 86).

²² “Na sociedade do consumismo, os valores encontram-se invertidos, o *ter* é mais importante que o *ser*, as marcas e os modelos ditam quem realmente se é, fazendo com que as pessoas busquem por esses meios o reconhecimento e a demonstração do real significado de sua vida”. (PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). **Relações de consumo: humanismo**. Caxias do Sul: Educs, 2011, p. 154).

²³ “A um consumo consideravelmente intenso correspondente o recurso a múltiplas formas de financiamento. A gestão financeira apresenta-se mais elaborada porque também o são os meios de pagamento utilizados. Os cartões de débito e crédito e os cartões de loja com vertente crédito coexistem com contas-ordenado, créditos pessoais, crédito à habilitação, crédito automóvel e crédito contraído junto de particulares. Aos créditos mais tradicionais, de menor risco e taxa de juros mais baixa adicionam-se produtos financeiros mais modernos e arriscados e, por isso, também mais caros. E tanto são utilizados na compra da casa, como no pagamento de cuidados de saúde, da alimentação e dos serviços básicos, ou no financiamento das atividades de lazer (férias, viagens, equipamentos para esqui, etc.). O multiendividamento marcava a vida financeira destes indivíduos agora sobreendividados”. (FRADE, Catarina; MAGALHAES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 26).

²⁴ FRADE, Catarina; MAGALHAES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 24.

Em entrevista a revista Veja, Lya Luft ao falar sobre comprar e depois não conseguir pagar, cita que: “não nos lembramos de que dez compras baratinhas em várias prestações por semana acabarão em grandes dívidas crescentes durante muitos anos”, e também sobre o mau uso dos cartões de crédito “compra-se a prestação no supermercado, compra-se com cartão de crédito sem ter mais crédito. Então cobrimos o buraco com cheque especial. Dali passamos a qualquer outro recurso. Não nos lembramos de calcular os juros”.²⁵

O crédito ao consumidor é um dos motivos mais relevantes do superendividamento²⁶, onde o consumidor se vê provocado a fazer uso de um dinheiro que ele não tem e, contribuindo para que o consumidor concretize uma situação de inadimplência, que só tem a agravar até levá-lo ao superendividamento.

Outra causa do superendividamento é a valorização social do consumo²⁷. Onde o indivíduo acredita que para estar incluído no meio social em que ele vive deve consumir, adotando práticas de consumo que não estão dentro de seu orçamento ou não condizem com suas características pessoais, “os indivíduos fazem, possuem e adquirem aquilo que é entendido como adequado fazer, ter ou comprar pelos outros com os quais cada indivíduo se identifica”. Este tipo de consumo não consta em sua lista de necessidades, mas a não satisfação em consumir, mostra-se como uma

²⁵ LUFT, Lya. **Sobre comprar, não fazer as contas direito – e depois não poder pagar**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/politica-cia/lya-luft-sobre-comprar-nao-fazer-as-contas.htm>> Acesso em: 20 ago. 2012.

²⁶ Conforme Schmidt Neto, “a massificação do acesso ao crédito a particulares, embora não seja o único, é o principal causador do superendividamento.” (SCHMIDT NETO, André Perin. **Revisão dos contratos com base no superendividamento do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil**. Curitiba: Juruá, 2012, p. 200).

²⁷ “Diariamente surgem novos produtos no mercado, uma nova moda, uma nova tendência com finalidades únicas e exclusivas de propiciar felicidade, as quais devem ser renovados/substituídos continuamente pelo incansável ciclo do consumo. Desse modo, pode-se estabelecer a seguinte relação: compro logo, existo. Instigante afirmação que delimita a tênue linha entre o sucesso e o fracasso individuais. Instaura-se, no entanto, um paradoxo: se, a primeira vista, se pode pensar que o consumo existe justamente para proporcionar felicidade, depois de feita uma análise mais detalhada, considera-se que o que ocorre, geralmente, é o oposto. As necessidades se multiplicam em um ritmo tão acelerado que se torna praticamente impossível satisfazer todas elas, ao saciar uma, outra já está a postos aguardando providências. Estresse, depressão, ruína nos relacionamentos interpessoais, superendividamento são somente algumas consequências desse quadro. Porém, estranhamente, parece ser exatamente isso o que o mercado deseja, ou seja, tornar os indivíduos dependentes do consumo, eternos insatisfeitos em busca do externo, de algo para completá-los e consolá-los, realizando uma nova promessa de felicidade”. (SANTOS, Dagoberto Machado dos. OLIVEIRA, Gabriela de. As diversas faces do humanismo no consumo. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). **Relações de consumo: humanismo**. Caxias do Sul: Educ, 2011, p. 157-158).

forma de prejuízo por não estar inserido naquele contexto social, vindo a prejudicar até mesmo o seu bem-estar psicológico.²⁸

O estímulo publicitário “leva às compras irrefletidas ou irracionais”²⁹ os consumidores, também é um dos fatores que desencadeia o superendividamento. O consumidor passa a ser iludido³⁰ “pelo desejo e necessidades que influenciam a conduta do consumidor e, por consequência, sua liberdade de escolha”³¹, ademais, “relativas a um desejo desenfreado de conforto e novas comodidades”.³²

O superendividamento também tem como causa a ausência de planejamento dos gastos pelo indivíduo, onde este passa a gastar mais do que arrecada, além da falta de interesse deste em buscar consulta e orientação, para com os órgãos de proteção de consumidor no Brasil (Procon’s).³³ Com o poder do cartão de crédito em mãos o consumidor acaba abusando e fazendo o uso incorreto deste, também se destaca a falta de informação por parte das instituições financeiras impulsionando consumidores vulneráveis a não avaliar as obrigações que estão prestes a assumir.³⁴

Assim adentramos nas causas não econômicas, pois existe carência nas informações passadas ao consumidor, induzindo-o a firmar um contrato abusivo que no final este não conseguirá adimplir com suas obrigações. E ainda, “destaca-se o

²⁸ FRADE, Catarina; MAGALHAES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 24.

²⁹ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 249.

³⁰ Costa cita que “iludido pela publicidade matreira, o consumidor é psicologicamente condicionado pela idéia ‘por que não eu?’ Ou pelos refrãos ‘você pode comprar’, compre tudo’, imediatamente tudo’. Pagar parcelado tornou-se um hábito, ou até uma boa forma de viver”. (COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: RT, 2002, p. 88).

³¹ LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiências no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010, p. 42

³² COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: RT, 2002, p. 88

³³ PINTO, Marcos José. **O superendividamento do consumidor no Brasil**. Disponível em: <<http://conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.29370>> Acesso em: 11 set. 2012.

³⁴ “No Brasil, estamos longe do estágio da autonomia da vontade educada, porquanto os consumidores não sabem como atuar no processo de decisão, ainda celebram contratos de forma impulsiva, sem reflexão. Estas condutas automatizadas são sistematicamente exploradas na publicidade ou nas técnicas de venda, o que se revela especialmente grave quando são atingidos consumidores psicologicamente frágeis, com baixo grau de instrução, ou, então, aqueles mais imprudentes, porque são menos capazes de extrair as informações relevantes do contrato ou de avaliar a extensão das obrigações assumidas”. (LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiências no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010, p. 44).

crescente superendividamento das pessoas, que ocorre em razão de perda de renda, separação familiar, doenças e demais imprevistos da vida”.³⁵

Hoje em dia as pessoas estão convencidas de que precisam consumir para serem felizes. Com isso, promessas, felicidades, propagandas, destacam uma maneira fácil e rápida da pessoa conseguir adquirir aquilo que ela acha que necessita e sempre quis, como carros do ano, roupas de grife, bolsas de marcar renomadas, induzem o consumidor que passa a acreditar que com esses meios terá felicidade plena.

A causa mais importante do superendividamento é a idéia de que o consumidor deve consumir produtos e serviços, não vendo que assim, automaticamente acaba endividando-se. Também quanto aos efeitos do fenômeno creditício³⁶, “o crédito ao consumo promove um colossal crescimento da produção, mas gera um flagelo social do *superendividamento* do consumidor”³⁷, onde “o crédito para o consumo se apresenta, de um lado, como motor do processo capitalista, financiando a atividade econômica”, e por outro, “como fonte de abusos por parte do fornecedor, ensejando a elaboração de novas teorias e normas disciplinadoras dessa relação”.³⁸

Desta maneira, o consumidor ao invés de ser tratado como uma pessoa, passa a ser visto apenas como um número, sendo mais um que pode adquirir. Os constantes apelos publicitários não buscam uma forma de informar, mas sim, persuadir o consumidor a consumir.³⁹

Com esta falta de informação, o consumidor estimulado a gastar, muitas vezes acaba por fazer a opção errada, adquirindo produtos que não lhe são necessários, não tendo controle de suas finanças, o desejo é sua essencial prioridade para satisfazer sua felicidade.

³⁵ TESSLER, Marga Inge Barth. Administração da Justiça: inovações – O Projeto Conciliação no SFH do TRF 4.^a Região. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 378.

³⁶ GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008, p. 14.

³⁷ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 231.

³⁸ CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. CARPENA, Heloísa. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 328.

³⁹ BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do código de defesa do consumidor: Análise crítica da relação de consumo**. Brasília: Brasília Jurídica, 2007, p. 31.

A era da modernidade, a internet e as compras virtuais, são um bom exemplo. Onde a facilidade e o rápido acesso “o consumo torna-se tentador, motivando o ciclo vicioso do consumismo”⁴⁰, assim o fornecedor induz o consumidor a consumir os bens, comprando-os por impulso, e não por necessidade.⁴¹

Essa necessidade ilusória gerada muitas vezes pela mídia, fazendo o consumidor acreditar que deve comprar, também por vezes é imposta pelo próprio indivíduo na busca de uma dignidade que ele mesmo se impõe, e estimulado pelo seu desejo e não pela necessidade, sabendo que não pode ou deve gastar e mesmo assim o faz, como forma de adquirir prazer imediato, o leva após, ao endividamento e descontrole financeiro.

Contudo vários são os fatores que agregam o fato do consumidor chegar à condição de superendividado. Entre eles, alguns relacionados à vontade do consumidor de consumir, outros por sua vez, relacionam-se a decorrência de eventualidades da vida. Todavia, em todos os casos o resultado é o mesmo, o indivíduo assume obrigações nas quais não consegue quitá-las devido à escassez de recursos.

1.2 PRINCÍPIOS PROTETIVOS DO CONSUMIDOR NA RELAÇÃO CONSUMERISTA FRENTE AO SUPERENDIVIDAMENTO

O Código de Proteção e Defesa do Consumidor em seu artigo 4º elenca em sua grande parte, princípios que visam à proteção do consumidor nas relações de consumo. Destacam-se dentre eles, a vulnerabilidade, a boa-fé objetiva, a transparência, o equilíbrio contratual e a dignidade da pessoa humana.

⁴⁰ SANTOS, Dagoberto Machado dos. OLIVEIRA, Gabriela de. As diversas faces do humanismo no consumo. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). **Relações de consumo**: humanismo. Caxias do Sul: Educus, 2011, p. 165.

⁴¹ Com a facilidade que um indivíduo tem de realizar compras com apenas um clique, na comodidade de seu lar, (...) A capacidade do individualismo é fortemente direcionada para que almeje constantemente novos produtos, que possuem essência própria, e seguidamente presente está a sensação de segurança, bem-estar e conforto. (Ibid., p. 165).

1.2.1 Princípio da vulnerabilidade

No artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor⁴², encontra-se o princípio da vulnerabilidade, que busca proteger “a fragilidade dos consumidores, em face dos fornecedores, quer no que diz respeito ao aspecto econômico e de poder aquisitivo, quer no que diz respeito às chamadas informações disponibilizadas pelo próprio fornecedor ou ainda técnica”⁴³. Assim, “todo o consumidor, independente de sua condição social, cultural ou econômica, presume-se vulnerável (presunção absoluta) não se admitindo prova em contrário”⁴⁴.

Para tanto, o consumidor é considerado parte mais fraca da relação jurídica de consumo, onde essa vulnerabilidade do consumidor é uma medida inicial ligada à concretização da igualdade, contemplada no âmbito constitucional. O sistema jurídico tem por objetivo proteger o consumidor, buscando sempre a melhor forma de estabelecer uma relação de consumo entre as partes contratantes, amparando o consumidor por ser o pólo mais fraco nesta relação consumerista.

1.2.2 Princípio da boa-fé objetiva

A boa-fé do consumidor representa que este não tem a intenção de prejudicar o fornecedor, muito menos de não cumprir com suas obrigações. É uma regra de conduta que exige das partes valores como honestidade, lealdade, cooperação e fraqueza, de modo a equilibrar as relações de consumo.

Nesse sentido, “se exige a boa-fé, esta compreendida não como estado de ânimo do sujeito, mas como comportamento leal, cooperativo, correto, enfim, a boa-fé objetiva”⁴⁵ que se destaca tanto no superendividamento ativo, quanto no passivo.

⁴² 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 nas relações de consumo; [...]

⁴³ FILOMENO, Jose Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 9.ed., ver. ampl. sist. e atual. São Paulo: Atlas, 2007, p. 12.

⁴⁴ THOMAZ, Afrânio Carlos Moreira. **Lições de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009, p. 38.

⁴⁵ CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. CARPENA, Heloísa. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 329.

Através do Princípio da boa-fé objetiva, o comportamento dos contratantes deve ser “leal e fiel”, a fim de “garantir respeito à outra. É um princípio que visa garantir a ação sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão a ninguém, cooperando sempre para atingir o fim colimado no contrato, realizando os interesses das partes”.⁴⁶

O Código de Defesa do Consumidor refere-se à boa-fé como princípio geral das relações de consumo⁴⁷, e como cláusula geral para vínculos contratuais⁴⁸. Onde, “trouxe a previsão de cláusulas abertas”, possibilitando ao juiz averiguar se a contratação e os atos posteriores nas relações contratuais de consumo “deram-se de forma transparente, leal, digna de não causar prejuízos a outrem”.⁴⁹

Loureiro ensina que:

A boa-fé tem por função ajudar na interpretação do contrato (*adjuvandi*); suprir algumas falhas do pacto, vale dizer, acrescentar o que nele não está escrito (*supplendi*) e eventualmente corrigir alguma coisa que é de direito no sentido de justo (*corrighendi*).⁵⁰

No tocante ao “problema social do superendividamento do consumidor, o princípio da boa-fé se impõe em todos os sentidos. A solidariedade e a luta contra as exclusões são imperativos nacionais”.⁵¹

Muitas vezes, os consumidores endividados são incompreendidos pela sociedade, uma vez que não analisaram as situações pelas quais estes consumidores passaram para chegar ao posto de superendividados. Estes fatos podem ser por fatores desfavoráveis a vontade do indivíduo, que age de boa-fé, e

⁴⁶ NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 128.

⁴⁷ Art. 4º do Código de Defesa do Consumidor: [...] 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 (artigo 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; [...]

⁴⁸ Art. 51 São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] IV – estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade; [...]

⁴⁹ GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008, p. 101.

⁵⁰ LOUREIRO, Luiz Guilherme. Teoria geral dos contratos no novo código civil. São Paulo: Método, 2002, p. 183 apud. GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento...** op. cit., p. 101.

⁵¹ COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 251.

acabam se superendividando. Não obstante, na condição de humanos merecem proteção e respeito à sua dignidade.

1.2.3 Princípio da transparência

O princípio da transparência encontra-se no art. 4º, inciso IV⁵², como também, no art. 6º, inciso III⁵³ e art. 46⁵⁴, todos do Código de Defesa do Consumidor, bem como no artigo 5º, XIV⁵⁵ da Carta Magna. Este princípio protege o consumidor possibilitando a este o conhecimento do produto ou serviço que estão sendo oferecidos pelo fornecedor, como também, o dever de previamente ser informado sobre o conteúdo do contrato.⁵⁶

Tendo como principal objetivo a sinceridade nas relações contratuais, para não vir a causar dano às partes. Assim, a transparência nas relações de consumo tem por objetivo o direito de o consumidor receber informações claras e precisas dos produtos e serviços que estão disponibilizados no mercado de consumo.

1.2.4 Princípio do equilíbrio contratual

O princípio do equilíbrio contratual, por sua vez, é referido no Código de Defesa do Consumidor, no artigo 6º⁵⁷ também no artigo 39⁵⁸, bem como, no artigo 51⁵⁹.

⁵² Artigo 4º [...] IV – educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo; [...]

⁵³ Artigo 6º São direitos básicos do consumidor: [...] III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, com posição, qualidade e preço, bem como riscos que representem.

⁵⁴ Artigo 46 Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

⁵⁵ Artigo 5º da Constituição Federal: [...] XIV – é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.

⁵⁶ NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 125.

⁵⁷ Art. 6º São direitos básicos do consumidor [...] V – a modificação das cláusulas contratuais que estabelecem prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosa.

⁵⁸ Art. 39 É vedado ao fornecedor de produtos e serviços, dentre outras práticas abusivas: [...] V – exigir do consumidor vantagem manifestamente expressa; [...] X – elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

⁵⁹ Art. 51 São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] IV – estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade.

Este princípio busca a justiça contratual, onde a legislação consumerista instituiu normas proibindo a utilização de cláusulas abusivas, vantajosas em favor do fornecedor de bens e serviços. O ordenamento jurídico tem por objetivo afastar o desequilíbrio, ou seja, o resultado que essa cláusula venha a proporcionar, quando já concluído o contrato e após começarem a surtir seus efeitos contratuais. Ocorre que, mesmo o consumidor aceitando conscientemente tal cláusula, e sendo esta abusiva, não prevalecerá à autonomia da vontade, uma vez que tal cláusula é abusiva em favor do fornecedor, que estará contrariando as normas de ordem pública do Código de Proteção e Defesa do Consumidor.⁶⁰

1.2.5 Princípio da dignidade da pessoa humana

A dignidade da pessoa humana se constitui no fundamento do Estado Democrático de Direito, à luz do artigo 1º, inciso III da Constituição Federal⁶¹. Representa valor maior de cunho constitucional, o ser humano há de ser digno somente pelo fato de ser pessoa, e acima de tudo, sua dignidade deverá sempre ser respeitada.⁶²

Esse valor é o “mais fundamental a ser protegido”⁶³ estende-se na medida em que, “proteção à vida, saúde e segurança são direitos que nascem atrelados ao princípio maior da dignidade, uma vez que, a dignidade da pessoa humana pressupõe um piso vital mínimo”.⁶⁴

Em nosso sistema jurídico a pessoa humana encontra-se como valor maior, merecendo proteção a sua dignidade. Kant ensina que ela deve ser vista como um fim⁶⁵, e não como um meio, visto que “quando uma coisa tem preço, pode ser

⁶⁰ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo. RT: 2006, p. 873 e 874.

⁶¹ Art. 1º da Constituição Federal: *A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: [...] III – a dignidade da pessoa humana; [...].*

⁶² NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 25.

⁶³ GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008, p. 104.

⁶⁴ NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**... op. cit., p. 123.

⁶⁵ “Age de tal maneira que possas usar a humanidade, tanto em tua pessoa como na pessoa de qualquer outro, sempre e simultaneamente como fim e nunca simplesmente como meio”. (KANT, Immanuel. **Fundação da metafísica dos costumes e outros escritos**. Tradução de Leopoldo Holzbach. São Paulo: Martin Claret, 2005, p. 59).

substituída por algo equivalente”, assim concluí que, “as coisas têm preço; as pessoas, dignidade”.⁶⁶

A dignidade da pessoa humana além de um princípio constitucional, também abrange não somente normas definidoras de direitos e garantias, como deveres fundamentais. A pessoa é “o valor supremo da democracia, que a dimensiona e humaniza”. Assim, “a não realização dos efeitos compreendidos nesse mínimo⁶⁷ constitui uma violação ao princípio constitucional”.⁶⁸

No contexto do superendividamento, o consumidor superendividado tem como resultado a perda do crédito em virtude do acúmulo de dívidas, na conhecida negativação de seu nome no rol dos maus pagadores, denominados bancos de dados de proteção ao crédito.⁶⁹ Este consumidor que tem seu nome inscrito em tais cadastros se vê impossibilitado do exercício de qualquer atividade que necessite de análise de crédito. Resta assim, prejudicado o exercício de atividades da vida moderna, já que muitas famílias utilizam o crédito como forma de gestão do orçamento familiar, onde se endividam para pagar despesas comuns e cotidianas do lar. Afetando assim, a capacidade de manutenção e equilíbrio da vida familiar, onde a situação de superendividamento afeta a dignidade humana de várias maneiras, sejam sociais, materiais, em consequência da perda da capacidade de consumo de bens básicos como alimentação e medicamentos, tendo alcance e comprometimento moral, social, médico/psicológico e no âmbito familiar.⁷⁰ O sentimento de culpa e

⁶⁶ KANT, Immanuel. **Fundação da metafísica dos costumes e outros escritos**. Tradução de Leopoldo Holzbach. São Paulo: Martin Claret, 2005, p. 65.

⁶⁷ Giancoli assevera que “a aplicação do princípio da dignidade da pessoa humana consiste precisamente em determinar que conteúdo mínimo é esse, ou seja, que efeitos concretos restritos ao tal mínimo o princípio pretende produzir, de modo que, caso eles não se realizem, seja possível impor seu cumprimento coativamente, especialmente em litígios que envolvam a violação de direitos básicos do consumidor, a exemplo das ações revisionais de contrato de crédito”. (GIANCOLI, Bruno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008, p. 108).

⁶⁸ GIANCOLI, Bruno Pandori. **O superendividamento...** op. cit, p. 107.

⁶⁹ PINTO, Marcos José. **O superendividamento do consumidor no Brasil**. Disponível em: <<http://conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.29370>> Acesso em: 11 set. 2012.

⁷⁰ Conforme Marques, “o endividamento assume uma dimensão patológica, com repercussões econômicas, sociais, psicológicas e até médicas, quando o rendimento familiar não é mais capaz de suportar o cumprimento dos compromissos financeiros”. (MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 304).

vergonha destes consumidores frente aos filhos e ao círculo social de amizades, podem levar em certos casos ao completo isolamento da convivência social.⁷¹

A situação de superendividamento do consumidor é incompatível com o princípio fundamental da legislação brasileira, o princípio da dignidade da pessoa humana, onde este não tem condições de manter o mínimo essencial para a sua sobrevivência.

Destaca-se que dentre estes aspectos soma-se também a abusividade de muitas instituições financeiras na cobrança de dívidas, submetendo o consumidor a situações vexatórias, sendo tal prática expressamente vedada pelo CDC em seu art. 42 “na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto ao ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça”.

A cobrança ofensiva de dívidas⁷² fere o direito à honra da pessoa, que é direito da personalidade pertencente ao devedor e que deve ser protegido nas relações de consumo.

Necessita-se de criação de práticas de prevenção ao superendividamento ainda na fase pré-contratual, também proibição diante das situações de abusividade e vantagem manifestamente excessiva ao consumidor. Assim surge a importância da criação de legislação específica para o tratamento do fenômeno do superendividamento no direito brasileiro.

2 A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO

O superendividamento no Brasil ainda não possui amparo jurídico, contudo o CDC é usado para enfrentar tal questão⁷³. Conquanto há um projeto de lei para reforma da lei 8.078/90, que visa proteger o consumidor superendividado brasileiro.

⁷¹ FRADE, Catarina; MAGALHAES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 32.

⁷² “O mercado de consumo, principalmente em face de sua conformação massificada, enseja, em diversos aspectos, ofensa à dignidade da pessoa humana, seja pelos inúmeros acidentes de consumo (com ofensa à integridade psicofísica do consumidor), pelas publicidades abusivas, pelo controle de dados pessoais do consumidor (perda da privacidade), pela cobrança abusiva de débito, seja pelo desrespeito constante a um padrão mínimo de qualidade no atendimento (filas com mais de hora de duração, atendimentos pelo sistema de *call center*, com demora e desinformação, dificuldades e abusos no exercício de direitos que implicam cancelamento – denúncia – dos contratos de longa duração, etc.), seja pela criação de fatores que levam ao flagelo do superendividamento.” (BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do Código de Defesa do Consumidor: Análise crítica da relação de consumo**. Brasília: Brasília Jurídica, 2007, p. 37).

2.1 NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A legislação brasileira ainda não possui normas específicas sobre a problemática do superendividamento⁷⁴, mas sim, modos iniciais de defesa ao consumidor superendividado⁷⁵, através de medidas que auxiliam na prevenção, em virtude da política geral de proteção adotada pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

Esta proteção disponibilizada ao consumidor visa abranger “a publicidade enganosa e abusiva; os métodos comerciais coercitivos ou desleais, que nada mais são do que as práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”.⁷⁶

Assim como o disposto no artigo 6º, inciso IV⁷⁷ do Código de Defesa do Consumidor, que mesmo sendo uma proteção básica do consumidor, por vezes não é respeitada, já que existe uma demanda grande de oferta de crédito que geralmente, vem acompanhado de juros abusivos. O consumidor, por vezes, aceita tal oferta com o desejo de celebrar um novo contrato, para pagar créditos já vencidos, mesmo não tendo clareza do produto ou serviço ofertado. Estas facilidades oferecidas ao consumidor em virtude da oferta, acabam causando danos a este, devendo ser proibidas por meio da proteção oferecida pelo CDC, no artigo supra citado.⁷⁸

⁷³ Cita Schmidt Neto que, “enquanto não contamos com uma lei própria, podemos nos valer do CDC para realizar esta proteção com amparo legal.” (SCHMIDT NETO, André Perin. **Revisão dos contratos com base no superendividamento do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil**. Curitiba: Juruá, 2012, p. 344).

⁷⁴ “Não há um tratamento ao superendividamento no Brasil, e o enfrentamento deste problema vem sendo feito com base na criatividade dos operadores do direito que encontram nos instrumentos existentes formas para encarar este problema que é cada vez mais freqüente.” (SCHMIDT NETO, André Perin. **Revisão dos contratos...** op. cit., p. 332).

⁷⁵ OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 348.

⁷⁶ THOMAZ, Afrânio Carlos Moreira. **Lições de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009, p. 136.

⁷⁷ Art. 6º *São Direitos básicos do consumidor: [...] IV – a proteção contra métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.*

⁷⁸ OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 349.

Quanto à publicidade, sendo um ato indutor, que leva o consumidor a consumir⁷⁹, a norma deve ser respeitada, não permitindo a prática abusiva e enganosa.⁸⁰

O artigo 43⁸¹ do Código de Defesa do Consumidor, trata dos bancos de dados, e conforme Claudia Lima Marques estes são

apenas a ponta do *iceberg* do endividamento, pois assim como eles servem para 'privar o consumidor de crédito', servem para fazer comércio com as dificuldades e dados privados alheios, servem para monitorar os hábitos de consumo, servem para invadir privacidade de consumidores especiais (ricos, idosos, homossexuais, doentes) e servem para conceder mais crédito aos que já estão superendividados ou em vias de se superendividarem.⁸²

Muitas vezes tal norma não é cumprida pelos fornecedores, através de meios maliciosos ou por certa negligência. Onde somam a dívida já vencida e fazem um novo parcelamento para o consumidor, com o objetivo da quitação total desta, todavia o consumidor já se encontrava incluso nos bancos de dados como inadimplente no momento desse novo parcelamento.⁸³

Os próximos três dispositivos têm ligação com o artigo 6º, inciso III⁸⁴ da legislação consumerista, do direito básico a informação. Sendo o artigo 46⁸⁵ do CDC, que versa sobre a proteção contratual, do conhecimento prévio do conteúdo do contrato pelo consumidor e a obrigação de prestar a informação clara por parte do fornecedor. "Só assim, o contrato obrigará este."⁸⁶

⁷⁹ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo. RT: 2006, p. 802.

⁸⁰ NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 131.

⁸¹ Art. 43 *O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre suas respectivas fontes. [...].*

⁸² MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**:... op. cit., p. 832.

⁸³ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**:... op. cit., p. 823.

⁸⁴ Art. 6º do Código de Defesa do Consumidor: *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 e preço, bem como os riscos que apresentem.*

⁸⁵ Art. 46 *Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.*

⁸⁶ OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado**: superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006, p. 350.

O artigo 52⁸⁷ do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, trata especificamente dos contratos que envolvem concessão de crédito ou de financiamento, onde seu objetivo também é a apresentação antecipada do conteúdo do contrato, obrigando o fornecedor a prestar informações de fácil entendimento por parte do consumidor, de modo que este saiba o que estará contratando, bem como, quais suas conseqüências ou possíveis sanções.⁸⁸

Como também, os §§ 3º e 4º do artigo 54⁸⁹, do CDC, ao tratar dos contratos de adesão, é essencial a clareza das cláusulas contratuais, tendo o fornecedor o dever de possibilitar ao consumidor uma fácil compreensão. Ainda, devem-se destacar as cláusulas vantajosas ou desvantajosas para o consumidor ter uma rápida e melhor compreensão.

Disposto no artigo 51⁹⁰ do Código de Defesa do Consumidor, as cláusulas abusivas em contratos de adesão que são redigidas, por vezes, sem a exibição prévia de seu conteúdo⁹¹, geram a nulidade das mesmas quando forem impostas abusivamente. No mesmo artigo, o inciso IV⁹², condiz à prevenção e o tratamento do superendividado, “que positivou a cláusula geral de boa-fé objetiva⁹³ no ordenamento brasileiro”.⁹⁴

⁸⁷ 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: I – preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional; II – montante dos juros de mora e da taxa afetiva anual de juros; III – acréscimos legalmente previstos; IV – número e periodicidade das prestações; V – soma total a pagar, com e sem financiamento. [...]*

⁸⁸ OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006, p. 350-351.

⁸⁹ 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. [...] § 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. § 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito de consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.*

⁹⁰ Art. 51 *São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços: [...]*

⁹¹ “A informação a respeito das características, qualidade, funcionamento, preço, etc. é elemento essencial dos produtos e serviços. Os contratos têm de ser apresentados previamente ao consumidor de forma clara”. (NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 130).

⁹² Art. 51, inciso IV – *estabelecem obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade.*

⁹³ Oliboni cita que “a criação da boa-fé objetiva do dever de cooperação e lealdade permite o reescalonamento da dívida do consumidor a fim de permitir a quitação da mesma de forma a garantir a sobrevivência digna do cidadão superendividado”. (OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação

Destaca-se por fim, a proteção garantida no artigo 6º, V⁹⁵, do CDC que possibilita a revisão do contrato quando este for considerado excessivamente oneroso, juntamente com o artigo 480⁹⁶ do Código Civil, visando o equilíbrio contratual.⁹⁷

Os dispositivos legais apontados, buscam prevenir a situação de superendividamento, para tanto, devem ser respeitados e aplicados nas relações de consumo. A proteção apontada no Código de Defesa do Consumidor se mostra insuficiente para proteger a situação do consumidor superendividado, cabendo ao ordenamento jurídico uma regulamentação específica para o caso do superendividamento.

2.2 PROJETO DE LEI PARA REFORMA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Tramita hoje no Senado Federal um Projeto de Lei⁹⁸ que visa à atualização da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990⁹⁹, incluindo normas principiológicas referentes à concessão de crédito aos consumidores e preveni-los do fenômeno do superendividamento.

A expansão do superendividamento vem causando a exclusão social do consumidor¹⁰⁰, que por sua vez, se quer consegue manter suas despesas básicas como água, luz, alimentação, etc. Devendo assim, o Estado garantir a proteção da

da comissão de defesa do consumidor superendividado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado**: superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006, p. 351).

⁹⁴ OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento... op. cit., 351.

⁹⁵ Art. 6º, inciso V – *a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosa.*

⁹⁶ Art. 480 do Código Civil: *Se no contrato as obrigações couberem a apenas uma das partes, poderá ela pleitear que a sua prestação seja reduzida, ou alterado modo de executá-la, a fim de evitar a onerosidade excessiva.*

⁹⁷ OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento... op. cit., 351.

⁹⁸ BRASIL, **PLS - Projeto de Lei do Senado, nº 283 de 2012**. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>> Acesso em: 17 out. 2012.

⁹⁹ PLS nº 283/2012 – Art. 1º *A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações. [...]*

¹⁰⁰ FRADE, Catarina; MAGALHAES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado**: superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006, p. 29-30.

parte vulnerável nos contratos de consumo e de crédito, regulando o superendividamento.¹⁰¹

A proposta atualiza as normas já existentes no CDC quanto aos direitos do consumidor e à prescrição e complementa as já existentes, incluindo nova seção no capítulo V: da Proteção Contratual. Esta nova seção do CDC 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 sua exclusão social e o comprometimento de seu mínimo existencial. Sempre com base nos princípios da boa-fé, da função social do crédito ao consumidor e do respeito à dignidade da pessoa humana, a proposta regula o direito à informação, a publicidade, a intermediação e a oferta de crédito aos consumidores.¹⁰²

Tal tema vem sendo tratado na reforma do CDC, tratando do antes, do durante e do depois; da oferta, da contratação, da prevenção e da conciliação.

O projeto propõe a instituição de mecanismos para prevenir o consumidor do superendividamento, agregando o rol do artigo 5º¹⁰³ do Código de Defesa do Consumidor. Também, tal prevenção e tratamento passam a ser um direito básico do consumidor, inserindo o inciso XI¹⁰⁴ ao artigo 6º da mesma lei consumerista.

No capítulo IV, seção IV, que trata da decadência e da prescrição, o artigo 27-A¹⁰⁵, abrange as pretensões dos consumidores não reguladas anteriormente na mesma seção, visando favorecer o consumidor, parte mais fraca nas relações de consumo.

¹⁰¹ Schmidt Neto aduz que, “é necessária e urgente uma solução prevista em lei, com procedimento próprio, permitindo tutela e atenção maior a este problema crescente na moderna sociedade de consumo.” (SCHMIDT NETO, André Perin. **Revisão dos contratos com base no superendividamento do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil**. Curitiba: Juruá, 2012, p. 346).

¹⁰² SARNEY, José. **Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012**. Justificação. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>> Acesso em: 17 out. 2012.

¹⁰³ PLS nº 283/2012 - Art. 5º [...] VI – *instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, visando a garantir o mínimo existencial e a dignidade humana*.

¹⁰⁴ PLS nº 283/2012 – 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*.

¹⁰⁵ PLS nº 283/2012 – 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*.

Já no capítulo VI, que discorre da proteção contratual, criou-se uma seção exclusiva para prevenção ao superendividamento,

*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 de seu mínimo existencial, sempre com base nos princípios da boa-fé, da função social do crédito ao consumidor e do respeito à dignidade da pessoa humana.*¹⁰⁶

Os requisitos que impõem o artigo 52¹⁰⁷ do Código de Defesa do Consumidor, devem ser observados nos contratos financeiros, que pelo projeto continuaram em vigor, acresce-se contudo, o artigo 54-B¹⁰⁸ que além das informações impostas e previstas no artigo anterior, devem-se deixar claro ao consumidor outras informações elencadas no artigo inserido pelo Projeto de Lei do Senado nº 283/12. Para tanto, além das informações passadas, previstas no artigo 52 do CDC, as do artigo 54-B do projeto também deverão constar no início do instrumento contratual, em um quadro resumido.¹⁰⁹

Dispõe, ainda, o projeto de lei, sobre a prevenção do superendividamento, em sua seção IV, proibindo a promoção de oferta de crédito, a publicidade abusiva e a enganosa¹¹⁰. “Sem prejuízo do disposto no art. 37, a publicidade de crédito ao

¹⁰⁶ Artigo 54-B do Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012.

¹⁰⁷ Art. 52 do Código Brasileiro de Proteção e Defesa do Consumidor: *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: I – preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional; II – montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros; III – acréscimos legalmente previstos; IV – número e periodicidade das prestações; V – soma total a pagar, com e sem financiamento.*

¹⁰⁸ Art. 54-B do Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012: *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 o 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 taxados juros de mora e 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 endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor; V – o direito do consumidor à liquidação antecipada do débito.*

¹⁰⁹ PLS nº 283/2012 – Art. 54-B, § 1º *As informações referidas no art. 52 e no caput deste artigo devem constar em um quadro, de forma resumida, no início do instrumento contratual.*

¹¹⁰ PLS nº 283/2012 – Art. 54-B, § 4º *É vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não: I – formular preço para pagamento a prazo idêntico ao pagamento à vista; II – fazer referencia a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, com “taxa zero” ou expressão de sentido ou entendimento semelhante; III – indicar que uma operação de crédito poderá ser concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito ou sem avaliação da situação financeira do consumidor; IV – ocultar, por qualquer forma, os ônus e riscos da contratação do crédito, dificultar sua compreensão ou estimular o endividamento do consumidor, em especial se idoso ou adolescente.*

consumidor e de vendas a prazo deve indicar, no mínimo, o custo efetivo total, o agente financiador e a soma total a pagar, com e sem financiamento”.¹¹¹ Existindo também o dever de esclarecimento e de conselho por parte do fornecedor ou o intermediário de crédito,¹¹² devendo passar ao consumidor todas as informações necessárias,¹¹³ avaliando a situação do consumidor de forma responsável no momento da celebração do contrato,¹¹⁴ ficando obrigado a entregar um traslado deste instrumento contratual de crédito.¹¹⁵ Como também, caberá ao fornecedor a incumbência do ônus da prova¹¹⁶, ficando obrigado a provar o cumprimento dos direitos expostos anteriormente, onde a não entrega da cópia do contrato ao consumidor caracteriza-se como um descumprimento legal.¹¹⁷

A proposta do artigo 54-D¹¹⁸ do projeto é limitar a concessão de crédito em não superior a 30 (trinta) por cento da remuneração mensal líquida do consumidor, preservando o mínimo existencial, ou seja, uma quantia capaz de assegurar a vida digna do indivíduo e de seu núcleo familiar destinada a gastos com as suas necessidades vitais e despesas cotidianas.¹¹⁹

Quando do descumprimento por parte do fornecedor ou intermediário de crédito, não obedecendo o percentual indicado no dispositivo legal, concederá causa

¹¹¹ Artigo 54-B, § 3º do Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012.

¹¹² A proposta do artigo 54-C, dedica-se a tratar da conduta ativa adequada ao fornecedor ou ao intermediário que devem ser adotadas: *Sem prejuízo do disposto no art. 46, no fornecimento de crédito, previamente à contratação, o fornecedor ou o intermediário devem, entre outras condutas: [...]*

¹¹³ PLS nº 283/2012 – Art. 54-C, inciso 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; [...]*

¹¹⁴ PLS nº 283/2012 – Art. 54-C, inciso 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 bancos de dados de proteção ao crédito, observando o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados; [...]*

¹¹⁵ PLS nº 283/2012 – Art. 54-C, inciso III – *informar a identidade do agente financiador e entregar ao consumidor, ao garante e a outros coobrigados uma cópia do contrato de crédito.*

¹¹⁶ PLS nº 283/2012 – Art. 54-C, § 1º *A prova do cumprimento dos deveres previstos neste Código incumbe ao fornecedor e ao intermediário do crédito.*

¹¹⁷ PLS nº 283/2012 – Art. 54-C, § 2º *O descumprimento de qualquer dos deveres previstos no caput deste artigo, no art. 52 e no art. 54-B, acarreta a inexigibilidade ou a redução dos juros, encargos, ou qualquer acréscimo ao principal, conforme a gravidade da conduta do fornecedor e as possibilidades financeiras do consumidor, sem prejuízo de outras sanções e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ao consumidor.*

¹¹⁸ PLS nº 283/2012 – 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 outra forma que implique cessão ou reserve 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.*

¹¹⁹ SCHMIDT NETO, André Perin. **Revisão dos contratos com base no superendividamento do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil**. Curitiba: Juruá, 2012, p. 333.

ao dever imediato de revisão contratual ou sua renegociação¹²⁰, como também, ficará sujeito às sanções elencadas no artigo 54-D, § 2º¹²¹ do Projeto de Lei.

O consumidor poderá no prazo de 7 (sete) dias desistir do contrato de crédito consignado em folha de pagamento ou débito direto da conta bancária oriundo de concessão de crédito ou financiamento¹²², sem a necessidade de exposição dos motivos de sua desistência, e, sendo facilitada pelo fornecedor¹²³.

O artigo 54-E¹²⁴ determina a conexidade, coligação ou interdependência entre o contrato principal de fornecimento de produtos e serviços e os acessórios de crédito quando o fornecedor de crédito apela ao fornecedor do produto ou serviço a ser financiado para conclusão ou preparação do contrato de crédito¹²⁵, ou também, quando o fornecedor de crédito oferece o crédito no local da atividade empresarial ou do local que firmaram o contrato principal¹²⁶, ou, bem como, quando o produto ou serviço constitui uma unidade econômica do contrato ou lhe serve de garantia¹²⁷.

O Projeto de Lei nº 283/2012 do Senado Federal, acresce nos artigos 54-F¹²⁸ e 54-G¹²⁹ novas previsões de proteção pré-contratual e contratual esclarecendo

¹²⁰ PLS nº 283/2012 – Art. 54-D, § 2º *O descumprimento do disposto neste artigo dá causa imediata ao dever de revisão do contrato ou sua renegociação, hipótese em que o juiz poderá adotar, entre outras, as seguintes medidas: [...]*

¹²¹ PLS nº 283/2012 – Art. 54-D, § 2º, inciso I – *dilatação do prazo de pagamento previsto no contrato original, de modo a adequá-lo ao disposto no caput deste artigo, sem acréscimos nas obrigações do consumidor; II – redução dos encargos da dívida e da remuneração do fornecedor; III – constituição, consolidação ou substituição de garantias.*

¹²² PLS nº 283/2012 – 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 de cópia do contrato, sem necessidade de indicar o motivo.*

¹²³ PLS nº 283/2012 – Art. 54-D, § 5º *O fornecedor facilitará o exercício do direito previsto no § 3º deste artigo, mediante disponibilização de formulário de fácil preenchimento pelo consumidor, em meio físico ou eletrônico, anexo ao contrato e com todos os dados relativos à identificação do fornecedor e do contrato, assim como a forma para a devolução das quantias em caso de arrependimento e endereço eletrônico.*

¹²⁴ PLS nº 283/2012 – Art. 54-E *São conexos, coligados ou interdependentes, entre outros, o contrato principal de fornecimento de produtos e serviços e os acessórios de crédito que lhe garantam o financiamento, quando o fornecedor de crédito: [...]*

¹²⁵ PLS nº 283/2012 – Art. 54-E, inciso I – *recorre aos serviços do fornecimento de produtos ou serviços para a conclusão ou a preparação do contrato de crédito; [...]*

¹²⁶ PLS nº 283/2012 – Art. 54-E, inciso II – *oferece o crédito no local da atividade empresarial do fornecedor do produto ou serviço financiado ou onde o contrato principal foi celebrado; ou [...]*

¹²⁷ PLS nº 283/2012 – Art. 54-E, inciso III – *menciona no contrato de crédito especificadamente o produto ou serviço financiado, a constituir uma unidade econômica, em especial quando este lhe serve de garantia.*

¹²⁸ PLS nº 283/2012 – 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 de vencimento da fatura, vedada a manutenção do valor na fatura seguinte; II – recusar ou não entregar*

sobre a nulidade absoluta de algumas cláusulas (além das práticas e cláusulas abusivas constantes dos artigos 39 e 51 do Código de Defesa do Consumidor) prevenindo o superendividamento dos consumidores.

O Capítulo V, do referido projeto, dedica-se a regularização de dívidas através de requerimento do superendividado, podendo este requer a sua recuperação através de acordo em fase conciliatória¹³⁰. A audiência será conduzida pelo juiz ou por um conciliador¹³¹, onde o consumidor proporá de plano forma para liquidação do total do passivo e a reparação de sua situação de superendividado.¹³²

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 o 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 envolve prêmio; V – condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência relativas a demandas judiciais.

¹²⁹ PLS nº 283/2012 – 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 impugnação da mora ou do acordo com os credores, observando 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, das 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.*

¹³⁰ Esta parte processual do CDC estará “prevendo a conciliação com todos os credores do consumidor superendividado. Inspiram a presente proposição legislativa as normas já existentes em outros sistemas jurídicos e as pioneiras dos Tribunais de Justiça do Rio Grande do Sul, (...), nas quais o procedimento de conciliação se dá em audiências globais entre consumidores e fornecedores, o que facilita a elaboração de plano de pagamento para a quitação das dívidas, com preservação do mínimo existencial, permitindo a reinclusão do consumidor no mercado e o avanço da cultura do adimplemento de dívidas.” (SARNEY, José. **Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012**. Justificação. Disponível em

<<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>> Acesso em: 17 out. 2012.)

¹³¹ PLS nº 283/2012 – 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 cinco anos, preservando o mínimo existencial.*

¹³² PLS nº 283/2012 – Art.104-A, § 1º *Entende-se por superendividamento o comprometimento de mais de trinta por cento da renda líquida mensal do consumidor com o pagamento do conjunto de suas dívidas não profissionais, exigíveis e vincendas, excluindo o financiamento para a aquisição de*

Por tanto, o acordo descreverá o plano de pagamento do débito¹³³, contendo medidas que comprometa o pagamento das dívidas pelo superendividado, obedecendo ao “mínimo existencial”¹³⁴, onde o cumprimento do acordo não venha a prejudicar o devedor em suas despesas básicas, e, em contrapartida, poderá impor a abstenção de atos que venham prejudicar a situação de insolvência do consumidor superendividado¹³⁵. Este acordo deverá ser homologado mediante sentença judicial, tendo eficácia de título executivo e força de coisa julgada¹³⁶.

Por fim, a proposta de acrescentar ao artigo 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), o parágrafo 3º, onde “não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso.”¹³⁷

A proposta de atualização do Código de Defesa do Consumidor prevenindo o superendividamento é de extrema relevância, uma vez que, embora o CDC proteja o consumidor eficazmente, ao tratar do consumidor superendividado o ordenamento consumerista brasileiro carece de uma proteção específica para o caso. Esse fenômeno social e jurídico merece ser regulamentado, conforme o exposto pelo projeto de lei que atualizará as normas existentes no Código de Defesa do Consumidor.

CONCLUSÃO

O superendividamento é um problema social e jurídico que atinge inúmeros consumidores e que atualmente vêm se expandindo cada dia mais.

A sociedade é marcada pela cultura do consumismo e do desperdício, onde as pessoas buscam sua satisfação pessoal adquirindo bens e serviços, passando a

casa para a moradia, e desde que inexistentes bens livres e suficientes para liquidação do total do passivo.

¹³³ PLS nº 283/2012 – Art.104-A, § 4º *Constará do plano de pagamento: I – referência quanto à suspensão ou extinção das ações judiciais em curso; II – data a partir da qual será providenciada exclusão do consumidor de bancos de dados e cadastros de inadimplentes; [...]*

¹³⁴ PLS nº 283/2012 – Art.104-A *A requerimento do consumidor superendividado pessoa física, o juiz poderá instaurar processo de repactuação de dívidas, (...) preservando o mínimo existencial.*

¹³⁵ PLS nº 283/2012 – Art.104-A, § 4º inciso III – *condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem no agravamento de sua situação de superendividado.*

¹³⁶ PLS nº 283/2012 – Art.104-A, § 3º *No caso de conciliação, com qualquer credor, a sentença judicial que homologar o acordo descreverá o plano de pagamento da dívida, tendo eficácia de título executivo e força de coisa julgada.*

¹³⁷ Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012, Artigo 2º *O art. 96 da Lei nº10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), passa a vigorar acrescido do § 3º, com a seguinte redação: [...].*

consumir cada vez mais. O indivíduo passa a ter valor pelo que possui, e não pelo que é.

Mediante a Constituição Federal, introduziu-se no Brasil o Código de Proteção e Defesa do Consumidor que protege o consumidor nas relações de consumo com o fornecedor, quando da aquisição de bens e serviços. Porém, o CDC por si só não se apresenta suficiente para lidar com a situação de superendividamento do consumidor, não possuindo normas reguladoras para o caso específico. O consumidor por sua vez, é cotidianamente convencido pela publicidade e linhas de crédito fácil, a consumir cada vez mais, numa incessante procura pela felicidade, gerada pelo ato da compra.

O crédito adiantado disponibilizado aos consumidores tornou-se um dos principais motivos a levá-los ao superendividamento, pois não há por parte do fornecedor ou intermediário de crédito uma correta e clara informação, como também, muitas vezes se quer preservam o mínimo existencial do indivíduo, interferindo na dignidade deste, que contrata de boa-fé, querendo ao final mês quitar suas dívidas.

O consumidor busca no consumo seu reconhecimento social, sua satisfação individual, seus desejos e felicidade, bem como, tem que manter suas necessidades básicas. Assim, esse consumidor adentra na insolvência, pois acaba assumindo dívidas que excedem o valor do salário deste. As dívidas acumulam e conseqüentemente o indivíduo passa de endividado para superendividado.

Vindo a comprometer a vida social, familiar e psicológica deste consumidor superendividado. Já que para ele é vergonhosa a situação em que se encontra, com sentimento de culpa este consumidor se isola do convívio social.

Com isso, é necessária, a criação de práticas de prevenção e tratamento ao superendividamento ainda na fase pré-contratual, proibindo também, as situações de abusividade e vantagem manifestamente excessiva ao consumidor que é pólo mais fraco nas relações de consumo. Como visa o Projeto de Lei do Senado, nº 283 de 2012, alteração do Código de Defesa do Consumidor, incluindo normas principiológicas referentes à concessão de crédito aos consumidores e prevenindo o fenômeno do superendividamento no direito brasileiro.

REFERÊNCIAS

ANGHER, Anne Joyce. **Vade Mecum Acadêmico de Direito**. 12ª ed. São Paulo: Rideel, 2011.

BRASIL, **PLS - Projeto de Lei do Senado, nº 283 de 2012**. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>> Acesso em: 17 out. 2012.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do código de defesa do consumidor: Análise crítica da relação de consumo**. Brasília: Brasília Jurídica, 2007.

CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. CARPENA, Heloísa. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2009.

COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: RT, 2002.

_____. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

FILOMENO, Jose Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 9.ed., ver. ampl. sist. e atual. São Paulo: Atlas, 2007.

FRADE, Catarina; MAGALHAES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008.

KANT, Immanuel. **Fundação da metafísica dos costumes e outros escritos**. Tradução de Leopoldo Holzbach. São Paulo: Martin Claret, 2005.

LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiências no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010.

LOPES, Jose Reinaldo de Lima. Prefácio. In: MARQUES, Claudia Lima, CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. (Coords.). **Direitos do Consumidor endividado**: superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006. v. 29..

LUFT, Lya. **Sobre comprar, não fazer as contas direito – e depois não poder pagar**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/politica-cia/lya-luft-sobre-comprar-nao-fazer-as-contas.htm>> Acesso em: 20 ago. 2012.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: RT, 2006.

_____. CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado**: superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006.

_____. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito e consumo: proposição com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: **Direitos do consumidor endividado**: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

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

PASQUALOTTO, Adalberto. **Os Efeitos Obrigacionais da Publicidade**. São Paulo: RT, 1997.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). **Relações de consumo**: humanismo. Caxias do Sul: Educs, 2011.

PINTO, Marcos José. **O superendividamento do consumidor no Brasil**. Disponível em: <<http://conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.29370>> Acesso em: 11 set. 2012.

SANTOS, Cláudio Sinoé Ardenghy dos. **Superendividamento – a fragilidade do consumidor**. Disponível em: <<http://tex.pro.br/tex/listagem-de-artigos/224-artigos-nov-2005/5203-superendividamento--a-fragilidade-do-consumidor>> Acesso em: 27 set. 2012.

SANTOS, Dagoberto Machado dos. OLIVEIRA, Gabriela de. As diversas faces do humanismo no consumo. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). **Relações de consumo: humanismo**. Caxias do Sul: Educs, 2011.

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

TESSLER, Marga Inge Barth. Administração da Justiça: inovações – O Projeto Conciliação no SFH do TRF 4.^a Região. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

THOMAZ, Afrânio Carlos Moreira. **Lições de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.