



UNIVERSIDADE TIRADENTES – UNIT

CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – ARTIGO CIENTÍFICO

O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO

Marley Ferreira Santos Silva

Professor Ilzver de Matos Oliveira

Aracaju

2019

MARLEY FERREIRA SANTOS SILVA

O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo –
apresentado ao Curso de Direito da
Universidade Tiradentes – UNIT, como
requisito parcial para obtenção do grau de
bacharel em Direito.

Aprovado em ____/____/____.

Banca Examinadora

Ilzver de Matos Oliveira
Professor Orientador
Universidade Tiradentes

Professor Examinador
Universidade Tiradentes

Professor Examinador
Universidade Tiradentes

O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO

THE PHENOMENON OF OVER-INDEBTEDNESS

Marley Ferreira Santos Silva¹

RESUMO

Atualmente, no Brasil, existe uma grande quantidade de consumidores que se encontram na situação do Superendividamento, que com o inadimplemento atrai várias consequências ao consumidor e até mesmo ao seu âmbito familiar. Assim sendo, o presente artigo tem como objetivo, abordar o fenômeno do Superendividamento entre os brasileiros. Ademais, neste artigo, será abordado também, de maneira breve, a evolução histórica do consumo, demonstrado o como e o porquê do Superendividamento está cada vez mais presente na rotina dos consumidores brasileiros e como combater este problema não apenas econômico, mas também social e jurídico. Analisando-se para isso, o projeto de lei que teve origem no Senado Federal através do numero; PL 283/2012, e agora está em trâmite na Câmara dos Deputados com o numero; PL 3515/2015, que busca modificar medidas relacionadas a concessão de crédito para prevenir o Superendividamento, bem como tenta equilibrar a vulnerabilidade dos consumidores perante os fornecedores de serviços. Destarte, o presente artigo, busca adentrar e demonstrar os principais aspectos que envolvem o Superendividamento, desde seu surgimento, até possíveis soluções de combate.

Palavras-chave: Evolução Histórica do Consumo. Projeto de lei 283/2012. Projeto de lei 3515/2015. Vulnerabilidade dos consumidores.

ABSTRACT

Currently, in Brazil, there are a large number of consumers who are in the situation of over-indebtedness, which with default attracts various consequences to consumers and even their family. Therefore, this article aims to address the phenomenon of over indebtedness among Brazilians. Moreover, this article will also briefly address the

¹ Graduando em Direito, 10º período, Universidade Tiradentes (UNIT). E-mail: marleyferreira2@hotmail.com

historical evolution of consumption, demonstrating how and why over-indebtedness is increasingly present in the routine of Brazilian consumers and how to combat this problem not only economic, but also social and economic. legal. Analyzing for this, the bill that originated in the Federal Senate through the number; PL 283/2012, and is now in the House of Representatives with the number; PL 3515/2015, which seeks to modify credit-related measures to prevent over-indebtedness, as well as to balance consumers' vulnerability to service providers. Thus, this article seeks to enter and demonstrate the main aspects that involve over-indebtedness, from its inception, to possible combat solutions.

Keywords: Historical Evolution of Consumption. Bill 283/2012. Bill 3515/2015. Vulnerability of consumers.

1 INTRODUÇÃO

O consumo é a base da sociedade capitalista em que vivemos e a necessidade de adquirir bens não essenciais, a facilidade para tais aquisições através da facilitação e massificação de crédito, originou um fenômeno que cresce cada vez mais na sociedade mundial, o superendividamento. No Brasil, segundo o SPC Brasil, no final de 2018, 62,6 milhões de pessoas fecharam o ano com seus CPFs negativados, e deste montante, praticamente a metade se encontra em uma situação de superendividamento.

Suas consequências extrapolam o caráter individual e econômico, toda a coletividade acaba sendo influenciada negativamente pelo superendividamento, tendo em vista se tratar de uma matéria multidisciplinar, afetando também, além da esfera econômica, o lado jurídico e social. Visando suprir a omissão existente na legislação brasileira, que não traz meios efetivos de combate ao superendividamento e suas consequência, está em tramite, esperando pela aprovação, o projeto de Lei 3515/2015, que possui como finalidade, a atualização da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), buscando incluir mecanismos que versem exclusivamente sobre o superendividamento.

Por conta disso, o presente artigo tem como objetivo abordar a problemática do superendividamento na sociedade, para isso, adentra-se no contexto histórico mundial de consumo, demonstrando como a sociedade foi evoluindo sua maneira de

consumir até chegar aos dias atuais, e como a vulnerabilidade latente do consumidor perante seus fornecedores, contribuiu diretamente para a ascensão deste fenômeno.

Neste trilhar, discorreu-se de maneira pontual sobre o Superendividamento, apontando seu conceito, algumas de suas causas e consequências, tanto individuais, como coletivas, bem como trazendo suas diferentes classificações. Salientou-se por fim, a necessidade do combate ao superendividamento, através de uma atualização na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e para isso, foi esquadrinhando de maneira minuciosa o projeto de Lei 3515/2015, que trata exclusivamente sobre essa modernização.

No procedimento metodológico, foi realizada uma pesquisa qualitativa descritiva. O presente artigo foi elaborado com embasamento em material já elaborado através da pesquisa bibliográfica, mediante a utilização de livros, artigos e legislação que mencionem o tema em foco, permitindo uma análise mais criteriosa.

2 A EVOLUÇÃO DO CONSUMO

É de suma importância a priori entender o contexto histórico do consumo, e como a sua evolução e massificação contribuiu para o superendividamento. O consumo é algo inerente à humanidade, e desde os seus primórdios presente na sociedade, antes mesmo do surgimento da moeda. As primeiras relações de consumo se caracterizam pela necessidade da subsistência, tendo em vista que como a produção era algo individual, não seria possível que uma mesma pessoa ou família produzisse todos os alimentos ou bens necessários para viver de maneira minimamente satisfatória. Era necessário que trocas de bens ocorressem, onde uma família que produzia um determinado bem, troca uma parte deste, com uma outra família, que produzia outro determinado bem essencial, e com isso tem-se o surgimento do escambo.

As décadas foram passando e com ela, a evolução do consumo foi ficando cada vez mais rápida, mais feroz, até chegarmos ao primeiro e mais importante choque econômico e social do mundo, a Revolução Industrial, onde de fato tudo começa a mudar. Este movimento foi iniciado na Europa, mais especificamente na Inglaterra do século XVIII, posteriormente se espalhando para o resto do mundo.

A Revolução Industrial foi uma época de grande desenvolvimento tecnológico que causou admiráveis transformações na economia mundial, e principalmente no estilo de vida da humanidade, uma vez que acelerou a produção de mercadorias transformando radicalmente o processo produtivo, deixando o mesmo de ser majoritariamente um processo manual, para agora ser um processo de produção em massa, ou massificado.

Destarte, com o conseqüente aumento dos meios de industrialização, da tecnologia e particularmente da produção em massa, passou a existir um grande aumento na demanda de compra e venda, e quanto mais os consumidores começaram a buscar produtos tidos como essenciais pela sociedade consumerista, mais os fornecedores introduziam novos meios de facilitação de créditos, popularizando assim, o uso de cartões de créditos, empréstimos consignados e do cheque especial.

Com o crescimento do uso de crédito, a evolução do consumo trouxe consigo a necessidade exacerbada de adquirir bens, relacionando estes bens não mais apenas a necessidade de subsistência, como era nos primórdios, mas sim ao status social de uma pessoa, do consumidor. Concomitante a isso, percebendo este avanço na demanda, os fornecedores passaram a criar novos meios de disseminação e compartilhamento de informações, de serviços e de bens, e conseqüentemente facilitando a oferta de produtos e serviços de uma forma mais intensa e destruidora. Com isso, ocasionando um dos principais problemas econômicos, sociais e jurídicos existente na sociedade brasileira, o Superendividamento.

3 A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

É sabido que, a relação de consumo apenas ocorre quando há a participação tanto dos fornecedores, quanto dos consumidores.

Os fornecedores controlam a fórmula de consumo, pois são eles quem ditam quase que todas as etapas da relação consumerista, tais como a informação referente ao produto, a publicidade, o marketing, a qualidade técnica e a exposição dos produtos para consumo, que primeiramente são escolhidos pelos próprios fornecedores, ou seja, o consumidor aparece apenas no momento final desta relação, tornando o consumidor extremamente vulnerável perante o fornecedor.

A vulnerabilidade do consumidor teve seu marco inicial, em 15 de março de 1962, com o presidente dos Estados Unidos da América, John Kennedy, que encaminhou ao Congresso Americano a *Consumer Bill of Rights Message*. Na carta, ele salientou que todo consumidor tem direito, essencialmente, à segurança, à informação, à escolha e direito de ser ouvido, além de trazer a ideia de consumidor, como algo que atinge a todos, independente de classe social, pois todos são, em algum momento da vida, consumidores.

Mais especificamente, o então Presidente John Kennedy, cita;

Consumidores, por definição, somos todos nós. Eles são o maior grupo econômico, e influenciam e são influenciados por quase toda decisão econômica pública ou privada. Apesar disso, eles são o único grupo importante, cujos pontos de vista, muitas vezes não são considerados (*Consumer Bill of Rights Message*).

Então, após esse discurso emblemático, deu-se início a vários debates e estudos ao longo do globo terrestre, relativos ao tema. Em 1988, com a promulgação da constituição federal brasileira, a vulnerabilidade do consumidor passou a ser reconhecida constitucionalmente, inclusive obrigando o Estado a promover a defesa do consumidor, sendo assim;

O inciso XXXII, do art. 5º da CF 88 diz que; o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. (BRASIL, 1988).

Posteriormente, visando a proteção elencada em constituição, surge em 1990, o Código de defesa do consumidor, que reforça, desta vez de maneira objetiva, a vulnerabilidade do consumidor, reconhecendo a mesma como um princípio a ser seguido.

O inciso I, do Art. 4º do código de defesa do consumidor traz:

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, 1990, p. 2).

Deste modo, a partir do advento do Código de Defesa do Consumidor, a vulnerabilidade passa a ser reconhecida para todos os consumidores no mercado de consumo.

Doutrinariamente falando, Segundo Claudia Lima Marques (2010), vulnerabilidade significa:

Uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção (MARQUES, *op. cit.*, p. 87).

Portanto, por vulnerável, entende-se ser aquela parte mais fraca da relação, e como já expressada em baila, o fornecedor é o responsável por ditar os aspectos econômicos, técnicos, informativos e fáticos, sobre os produtos, sendo assim, é facilmente reconhecida a vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo.

Conforme dito acima, para que ocorra a efetiva relação de consumo, mesmo com a vulnerabilidade indiscutível do consumidor, perante o fornecedor, um depende estritamente do outro, uma vez que o fornecedor visa o lucro e o consumidor, tende a suprir suas necessidades. Ou seja, independente da vulnerabilidade presente, ao consumidor é indispensável o consumo, pelo menos no que diz respeito a bens necessários.

O consumo não se restringe apenas a necessidade, os fornecedores incutiram na sociedade a ideia do consumo, o consumir para existir, ou seja, se alguém não consome, não faz parte da sociedade, então toda essa mentalidade que foi incutida através de propagandas e publicidades, bem como a vulnerabilidade do consumidor, que desde os anos 60 é reconhecida mundialmente, e todas as demais causas que ainda serão trazidas e debatidas nesse artigo, influenciam diretamente para o crescimento do superendividamento.

4 O SUPERENDIVIDAMENTO

Haja vista toda essa conjuntura caótica, gerou-se o que atualmente chamamos de superendividamento, um mal que atinge 30 milhões de brasileiros, de acordo com os dados do Idec (Instituto de Defesa do Consumidor). Os cidadãos deste grupo representam 15% da população brasileira e metade do número de pessoas inadimplentes no país, que, segundo o SPC Brasil, fechou 2018 com 62,6 milhões de CPFs negativados (TREVISAN, 2019).

Em Sergipe, por exemplo, o número de superendividados se torna ainda mais alarmante, pois em pesquisa realizada em 2013, mais de 100 mil se encontravam inadimplentes, onde 45% dos devedores não conseguem cumprir seus compromissos, estando literalmente “no vermelho”. Percebe-se, assim, que a cada ano que passa o superendividamento toma conta da vida da família brasileira, tornando-se infelizmente, comum, e ao mesmo tempo, trazendo consequências mais severas, tanto para economia do país, como também afetando socialmente e moralmente, os indivíduos e suas famílias.

4.1 Conceito de Superendividamento

Como já vimos, com o avanço de produtos cada vez mais completos e repletos de tecnologia, após a Revolução Industrial, o consumidor se viu obrigado a consumi-los com o propósito de se sentirem dentro de um status imposto como o correto a ser seguido, principalmente pela mídia, através de publicidades e propagandas, que traziam o consumo massivo como um complemento social de felicidade, sendo corroborado, de certa forma, pela própria sociedade, que passou a adotar como regra o pensamento consumista.

Com o aumento do consumismo como uma regra geral a ser seguida, tanto para estar inserido na sociedade, como também para alcançar a tão sonhada felicidade, o mesmo passou a ser realizado, na maioria das vezes de maneira desenfreada e inconsciente, gerando ao consumidor parcelas e mais parcelas que somadas o impossibilitam de adimpli-las, acarretando um superendividamento do consumidor.

Ou seja, o superendividamento, é a impossibilidade total da pessoa física em quitar e honrar com suas dívidas. Não é o mero ato de atrasar uma fatura referente a um determinado serviço, é não possuir condições de quitar todos os débitos atuais e futuros, ainda que toda sua remuneração fosse direcionada ao pagamento das dívidas.

A nobre jurista Cláudia Lima Marques, traz uma das mais conceituadas definições do que seria o superendividamento, assim, segundo Marques (2010):

O superendividamento pode ser definido como 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) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio” (MAEQUES, 2010).

Segundo, Daniel Gomes Ramos afirma;

o superendividamento caracteriza-se pelo endividamento crônico do consumidor, quando as dívidas vencidas e vincendas superam a sua capacidade de pagamento, incluindo seus rendimentos e todos os seus bens” (RAMOS, 2012).

Ato continua, a mais atual definição se refere ao projeto de lei aprovado no Senado, PLS 283/2012, e agora aprovado pela Câmara sob o número PL3515/2015, define como superendividamento,

Art. 54-A, Paragrafo § 1º da PL3515/2015;

Entende-se por superendividamento a impossibilidade manifesta de o consumidor, pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação.

Ou seja, é tido como superendividamento, quando o consumidor, de boa-fé, não possui mais nenhuma condição mínima de arcar com os débitos em aberto, bem como os débitos futuros, mesmo que ocorra a integral junção de seu salário e de seus bens.

4.2 Causas Do Superendividamento

Heterogênea são as razões que influenciam diretamente o crescente inadimplemento dos consumidores no Brasil. As causas mais conhecidas ainda são aquelas que têm o teor de certa imprevisibilidade, pois são decorrentes de fatores inesperados pelo consumidor, uma demissão, um divórcio, uma doença com um grau de gravidade que inesperadamente muda toda a estrutura familiar, entre outros diversos fatores que não estão diretamente ligados a uma má gestão do consumidor em questão.

Contudo, não apenas por motivos externas ou imprevisíveis o consumidor atinge o status de um superendividado. Há múltiplas outras causas, estas com maior influência do próprio consumidor, que levam o mesmo a extrapolar o teto das dívidas. Dentre os principais causadores do superendividamento, está a ausência de

planejamento dos gastos, ou seja, a grande falta de educação financeira que atinge a população brasileira, como pode ser observado através de dados que fazem parte de um levantamento da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) (RIBEIRO, 2016).

Em uma pesquisa sobre conceitos financeiros, em 30 países, o índice de respostas corretas para perguntas sobre o tema foi de 58% no Brasil, bem abaixo da média, de 78%. Isso mostra as dificuldades dos brasileiros em termos financeiros, o que compromete a capacidade de planejamento futuro(...)

(...)Foram levados em conta conceitos divididos em três pilares: conhecimento, comportamento e atitude. Em todos, o Brasil teve um baixo desempenho, deixando o país na 27ª colocação geral, à frente apenas de Croácia, Bielorrússia e Polônia. Na liderança, a França (RIBEIRO, 2016).

Percebe-se que o brasileiro possui uma extrema dificuldade em se planejar, se organizar para o futuro, controlar seus gastos, pois claramente lhe falta conhecimento de como se portar e proceder em diversas situações que envolve controle financeiro. Ora, a evolução de consumo que se sucedeu ao longo das décadas, não foi acompanhada pela educação financeira, sendo esta ignorada principalmente no Brasil por muitos anos.

A confusão econômica por si só não guia de maneira solitária os consumidores ao super-inadimplemento, diretamente vinculada a escassez quanto ao conhecimento econômico, se tem a publicidade, que na sociedade contemporânea, com o advento do capitalismo, consolidou-se como o personagem principal nas relações de mercado fazendo-se indispensável para a fornecimento de informações de produtos e serviços aos consumidores.

Os fornecedores passaram anos e mais anos estudando o comportamento do consumidor, fazendo perguntas como, por exemplo: O que leva uma pessoa a comprar? Quais suas prioridades?. Conforme foi transcorrendo as respostas, foi sendo desenvolvido novos meios de se fazer publicidade e propaganda, aperfeiçoando cada vez mais e mais, tornando-se mais apelativas e influenciando, de forma negativa, o consumidor a adquirir produtos das mais variadas formas, inclusive, conseguindo transformar um bem supérfluo em necessário.

Ou seja, publicidade e a propaganda passou a ditar para a sociedade o que deve ou não ser consumido, qual carro do ano comprar, qual roupa possuir, o que

comer, aonde ir. Mas para manter a roda do capitalismo girando, aos fornecedores não adiantava apenas demonstrar ao consumidor o que fazer, era necessário, porém, apresentar meios para se fazer, então com isso, a publicidade não apenas continuou a influenciar o consumo, como revelou meios para consumir.

Houve a democratização do crédito e a ideia de que o mesmo resolveria todos os problemas. Assim, ele passa a ser oferecido de forma intensiva, rápida, irrestrita e fácil. A ideia de consumir a crédito, seja através de cheque-especial, compras parceladas no comércio em carnes, crédito consignado, cartões de crédito, e outras incontáveis formas de financiamento, torna-se consenso no país, solidificando a cultura do superendividamento.

Toda essa junção explosiva, a falta de uma capacidade de planejamento econômico, a publicidade massiva e abusiva que os consumidores são diariamente submetidos, a facilitação de crédito, que muitas vezes são ofertadas pelos bancos sem qualquer tipo de investigação pregressa, bem como vários outros tipos de influência negativa, demonstram ferozmente a vulnerabilidade adquirida pelo consumidor, em relação aos fornecedores. E, a consequência destas ações, realizadas de forma desenfreada, acaba sendo a mesma em grande parte dos países capitalista, qual seja, um alto índice de pessoas em estado financeiro crítico.

4.3 Classificações Do Superendividamento

Baseando-se no conceito trazido por Marques et al (2010), a doutrina apresentou duas espécies de superendividamento, o PASSIVO e o ATIVO; O primeiro; é provocado quando o devedor fica nessa situação por motivos externos e imprevisíveis, ou seja, um fator superveniente, os chamados “acidentes da vida”. Somente encontra-se nesta situação por motivos alheios, como a perda de uma atividade remunerada, divórcio ou qualquer outro fato que afete a conjuntura econômica de maneira negativa, e não por uma má gestão.

Já a segunda classificação, decorre de certa voluntariedade do consumidor em se endividar, mesmo que inconscientemente, pois devido ao marketing expressivo dos fornecedoras de créditos, de uma má gestão do seu orçamento, tanto pessoal quanto familiar, o consumidor contrai dívidas maiores do que ele pode pagar, agindo por impulso e sem qualquer tipo de planejamento, tornando-se assim

um superendividado ativo, ou seja, suas ações influenciam diretamente no processo de se tornar um superendividado.

Entretanto, a doutrina não para por aí, e foi criada uma subdivisão dentro da classificação do superendividamento ativo, onde é verificado estritamente a boa-fé do consumidor, separando assim, o consumidor superendividado ativo em CONSCIENTE e INCONSCIENTE, explica-se;

O superendividado ativo inconsciente, é aquele que agiu de fato por impulso, se deixou levar pelo marketing, foi irresponsável. É aquele consumidor que mesmo não sendo acarretado por nenhum “acidente da vida”, endividou-se por total inconseqüência, contudo, percebe-se neste devedor que não há má-fé, mas sim uma falta de controle dos seus gastos, dos bens que adquiriu que muitas vezes não passa de um bem supérfluo. Entretanto, por outro lado, temos o superendividado ativo consciente, é a pessoa que desde o início da relação jurídica, tem consciência da sua falta de condições em adimplir aquele determinado produto, e mesmo assim, na esperança de ludibriar o credor, matem a relação de consumo.

Observa-se que esta segunda classificação, qual seja; o superendividado ativo consciente, não se enquadra na concepção doutrinária do que seria o superendividamento, haja vista, que o conceito seguido pelos juristas, na sua esmagadora escala, traz como item essencial para a caracterização do consumidor superendividado, este estar agindo de boa-fé. Portanto, o mesmo não se enquadra no conceito, e por isto não deve receber o abraço da proteção estatal, tendo em vista que lhe falta o requisito essencial para possuir tal amparo, qual seja; ausência da boa-fé.

4.4 Consequências Do Superendividamento

Ora, quando um indivíduo atinge um estado de superendividamento, os reflexos que seguem deste fenômeno, não ficam restritos apenas a ele, ou seja, por mais que o evento seja muito individual, as consequências deste estado de inadimplemento abrangem toda a coletividade.

Os reflexos podem ser sentidos tanto em caráter social e familiar, tendo em vista que este superendividado aos poucos passa a ser excluído da sociedade, ele começa ser deixado de lado, pois em uma sociedade consumista, quem não consome ou não consegue mais consumir, é automaticamente excluído. E essa

exclusão na maioria das vezes, não fica restrita apenas ao consumidor gerador do fato, ela atinge também as pessoas que estão em volta do mesmo.

E com isso, a parte psicológica do indivíduo e da sua família tende a sofrer bastante, haja vista que os superendividados demonstram uma precariedade emocional, vinculada ao recorrente sentimento de fracasso na administração das finanças familiares, e a pressão para pagar começa a ser tão grande, que inconscientemente aquele consumidor começa a se afastar, tende a se tornar menos produtivo, passa ser facilmente percebida uma queda de autoestima e até dificuldade em relações interpessoais.

Correspondendo com o que defende Gustavo Cerbasi (2009);

Estes fatores, aliados ao acúmulo de preocupações, geradas pela busca de soluções para a situação de superendividamento podem gerar ainda desentendimentos, mudança de comportamento dos indivíduos, agressividade, impaciência e até situações de violência doméstica e divórcio entre outros. Ainda mais porque, a principal preocupação da maioria dos credores é apenas com a quitação do débito, pouco importando se o consumidor possui meios para isso ou se terá que dispor só de seu mínimo vital para tanto.

Além da crise social e familiar, o superendividamento é refletido diretamente na economia, pois por mais que pareça extremamente vantajoso para o comércio o consumo desenfreado, este acaba se voltando de forma danosa para a própria economia local, já que o superendividado, quanto mais irresponsável e mais compras for realizando, mais a inadimplência vai sendo acumulada, chegando ao ponto de ser quase que impossível a quitação das dívidas, e por consequência, não há o recebimento dos valores por parte do comerciante, pelo menos não na forma imediata. Sendo assim, tem-se a quebra de uma cadeia, pois o consumidor passa a não conseguir mais realizar o pagamento das suas dívidas, e por consequência não possui mais créditos, deixando de ter o poder de compra, o comerciante por sua vez não vende, por consequência o mesmo fica impossibilitado de adquirir produtos de fornecedores ou diretamente de fábrica, esta por não possuir mais demanda, deixa de fabricar, causando um colapso geral na economia do país.

É válido observar ainda, que a justiça também está sendo diretamente afetada por esse fenômeno, pois os problemas jurídicos que se referem a cobranças de superendividados, estas realizadas pelas empresas fornecedoras de créditos,

vêm abarrotando o judiciário brasileiro, tanto em procedimentos comuns, como juizados especiais e até execuções de título de crédito.

Então, é indiscutível que o fenômeno do superendividamento, por mais recente que seja, é refletido diretamente em diversos setores da sociedade. O seu caráter de atuação e consequências é multidisciplinar, não se restringe a apenas um setor ou apenas um indivíduo, e engloba toda uma sociedade em suas mais diversas esferas.

5 DA NECESSIDADE DE ATUALIZAÇÃO DO CDC PARA O COMBATE AO SUPERENDIVIDAMENTO

Evidenciou-se, deste modo, a fragilidade dos consumidores perante a sociedade de consumo, bem como as consequências negativas que o superendividamento traz, não apenas para o individual, mas para toda a sociedade. Com isso, várias discussões começaram a surgir, visando especificamente estudos e soluções quanto ao combate deste fenômeno cada vez mais em ascensão.

Automaticamente, a primeira “solução” que vem em mente, é quanto ao investimento em educação financeira, ou melhor, alfabetização financeira, tendo em vista a falta total de uma cultura de gestão econômica, então, mais que uma educação, a população brasileira precisa de fato ser iniciada neste tema, ser alfabetizada.

Segundo o jurista, Ricardo Kalil Lage (2019):

O brasileiro é carente das mínimas noções de economia para controle de gastos por um motivo muito simples: não somos ensinados a lidar com o dinheiro. E essa falta de habilidade reflete nos negócios públicos e privados, gerando danos em todas as camadas sociais”.

Entendo que é necessário incentivar a educação financeira e o consumo planejado. Adultos e crianças precisam ser ensinados a consumir de forma consciente, de acordo com a necessidade e, principalmente, possibilidade financeira do momento, devendo o Estado promover ações sustentáveis relacionadas ao consumo, uso e conservação do dinheiro.

De fato, é indiscutível que o investimento em alfabetização financeira, principalmente em relação as crianças e adolescentes, é uma medida que ira trazer

retorno pra sociedade, contudo, ressalta-se que não basta haver um investimento apenas quanto a educação financeira, mais que isso, é de extrema necessidade que o consumidor passe a se sentir protegido.

Essa proteção, em relação ao superendividamento, atualmente inexiste. Por mais moderno e premiado que seja o código de defesa do consumidor, este não está preparado para suportar as consequências do superendividamento e proteger, de maneira exemplar, os consumidores.

Deste modo, com o intuito de se manter renovado perante a evolução econômica, que trouxe a massificação do crédito como a melhor forma de consumo, faz-se necessário que o código de defesa do consumidor seja atualizado.

Esta atualização vem sendo debatida mais objetivamente desde meados de 2012, quando foi apresentado em plenário do senado federal o Projeto de Lei nº 283, de 2012, de autoria do então senador José Sarney. Posteriormente, após aprovação em plenário, o projeto de lei foi remetido à câmara dos deputados, onde se encontra atualmente figurando sob o nº PL 3515/2015 (BRASIL, 2012).

Pontua-se, que o referido projeto de lei busca não modificar, mas sim atualizar a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e como a própria ementa aduz “para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento”.

Assim, dentre as novidades trazidas pelo projeto de lei 3515/2015, algumas merecem ser pontuadas, vejamos;

Primeiramente, quanto à inclusão de alguns incisos em artigos já existentes no Código de Defesa do Consumidor. Dentro do Artigo 4º, haveria a inclusão de dois incisos;

IX - fomento de ações visando à educação financeira e ambiental dos consumidores;

X - prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor.”

Ato contínuo, tem-se no Artigo 6º do código de defesa do consumidor, que com a aprovação da PL 3515/2015, dentre outros incisos, teria a inclusão do inciso XI, que brinda o consumidor com tal redação;

XI - a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e repactuação da dívida, entre outras medidas.

De imediato, observando os incisos acima, alguns daqueles que serão incluídos com a aprovação do projeto de lei observado, percebe-se que o projeto de lei transformaria meios de se prevenir o superendividamento, como um princípio a ser seguido pela Política Nacional das Relações de Consumo. Mas não apenas isso, pois incluiria também como um direito básico do consumidor, a sua prevenção.

A PL 3515/2015, além de inclusões pontuais de incisos em artigos já existentes no Código de Defesa do Consumidor, oferta a inclusão do CAPÍTULO VI-A, este sendo, um capítulo que versa exclusivamente sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.

Dentre os meios de prevenção trazidos pelo CAPÍTULO VI-A, temos o combate a publicidade, que pode ser exemplificada através do Art. 54-C, inciso I;

Art. 54-C. É vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não: I - fazer referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, com “taxa zero” ou expressão de sentido ou entendimento semelhante.

Dando continuidade, o CAPÍTULO VI-A aduz ainda, a obrigatoriedade de o fornecedor ser transparente perante o consumidor, informando de maneira clara como vai funcionar a taxa de juros e de demais encargos, como pode ser observado em artigo Art. 54-B.

No fornecimento de crédito e na venda a prazo, além das informações obrigatórias previstas no art. 52 e na legislação aplicável à matéria, o fornecedor ou o intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, no momento da oferta, sobre: I - o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem; II - a taxa efetiva mensal de juros, bem como a taxa dos 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 2 (dois) dias; IV - o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor; V - o direito do consumidor à liquidação antecipada e não onerosa do débito.

§ 1º As informações referidas no art. 52 e no caput deste artigo devem constar de forma clara e resumida no próprio contrato, na fatura ou em instrumento apartado, de fácil acesso ao consumidor.

Bem como, carrega em seu escopo, meios de tentar controlar a disponibilização caótica de crédito, que é concedida aos consumidores sem qualquer averiguação previa das condições deste.

Art. 54-D. Na oferta de crédito, previamente à contratação, o fornecedor ou intermediário deve, entre outras condutas:II - avaliar a capacidade e 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, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados;

Outro ponto importante trazido pelo projeto de lei demonstrado, é a criação do Capítulo V, que trata da conciliação no superendividamento;

art. 104-a. a requerimento do consumidor superendividado pessoa natural, 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 (cinco) anos, preservados o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, e as garantias e as formas de pagamento originalmente pactuadas.

Ora, no Capítulo V, do projeto de lei 3515/2015, trata-se quase de uma espécie de recuperação judicial para pessoa física, como pode ser observado no caput do artigo 104-a, dá ao consumidor meios de quitar suas dívidas de maneira justa, sem a necessidade de contrair outras dívidas para conseguir quitar a já existente, ou sem que o mesmo fique sem uma quantia mínima necessária para sua sobrevivência.

Vale observar ainda, que neste mesmo artigo, é observado punições para o credor, caso o mesmo não compareça a audiência de conciliação.

Art. 104-A. (...)

§ 2º O não comparecimento injustificado de qualquer credor, ou de seu procurador com poderes especiais e plenos para transigir, à audiência de conciliação de que trata o caput deste artigo acarretará a suspensão da exigibilidade do débito e a interrupção dos encargos da mora.

Ou seja, o referido projeto de lei traz luz onde só havia escuridão, é um meio real e objetivo de tentar combater esse crescente caos econômico que toma conta da população brasileira. E como aduz a presidente do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (Brasilcon), Clarissa Lima, a aprovação do projeto de lei é fundamental: "Não há perdão de dívidas. O que as pessoas querem é pagá-las, quitá-las, para limpar o nome e conseguir voltar a sustentar as suas famílias".

O combate ao superendividamento vai muito além de investimentos em educação financeira, é extremamente necessário e até urgente, que se tenha uma legislação que o combata, que controle os fornecedores, que de mais proteção e equilibre a vulnerabilidade real dos consumidores e que traga maneiras justas de facilitar o pagamento das dívidas, sendo portanto, crucial uma modernização na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

Conclui-se, que a atualização esta bem representada no projeto de lei 3515/2015, que sendo aprovado e publicado, mesmo que não resolva 100% dos problemas causados pelo superendividamento, se for bem aplicado, no mínimo irá proteger os consumidores de algo até então que não possui legislação, dando uma maior segurança jurídica para os mesmos, influenciando diretamente e positivamente na sociedade em que vivemos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo, possibilitou compreender mais sobre o fenômeno do superendividamento, suas causas e reflexos na sociedade, e que para combatê-lo, faz-se necessário não apenas promover a criação de uma cultura financeira, mas também investir em uma legislação mais moderna, que possa abraçar os consumidores.

Conjuntamente, foi possível identificar que, apesar da legislação brasileira que trata dos consumidores, ser bem respeitada, é omissa no que tange o superendividamento, e neste contexto, o Projeto de Lei nº. 3515/2015 é uma melhoria significativa em direção ao combate deste colosso que assombra a sociedade brasileira.

Ficou evidente ainda que, apesar do grande número de consumidores em estado financeiro crítico, estes na maioria das vezes chegam a esse ponto de maneira inconsciente, sendo levados ao superendividamento. Devido ao alto grau de

vulnerabilidade que possuem diante dos fornecedores, bem como, a falta de restrições que estes são submetidos. Portanto, sua maior intenção é justamente realizar a quitação dos débitos e ficar com nome limpo, mas para isso, é necessário que exista uma política que traga meios justos de conciliação de dívida.

Consoante demonstrado pelo presente trabalho, ao utilizar-se de boas práticas, pode-se chegar a soluções que modifiquem o status atual da economia brasileira, protegendo o consumidor e restringindo de maneira mais branda a imposição dos fornecedores de bens e créditos. E Tais praticas podem ser encontradas no Projeto de Lei nº. 3515/2015.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ÂMBITO JURÍDICO. As consequências do superendividamento familiar nas relações de consumo. Junho de 2016. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-149/as-consequencias-do-superendividamento-familiar-nas-relacoes-de-consumo/>>. Acesso em 17 out. 2019.

BATISTA, G. S. A vulnerabilidade do consumidor e a inversão do ônus da prova no CDC. In: Migalhas, 2004. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI4787,41046-A+vulnerabilidade+do+consumidor+e+a+inversao+do+onus+da+prova+no+CDC>>. Acesso em 14 out. 2019.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

BRASIL. Lei nº 8.078. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 11 set. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em 14 out. 2019.

BROETTO, A. R. Superendividamento do consumidor: um problema social, econômico e jurídico. In: Migalhas, dezembro de 2017. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI270380,51045-Superendividamento+do+consumidor+um+problema+social+economico+e>>. Acesso em 27 set. 2019.

CAMPOS. B. C. O que é Superendividamento? In: Clique Juris, maio de 2018. Disponível em: <<http://cursocliquejuris.com.br/blog/superendividamento-muito-mais-do-que-deixar-de-pagar-alguns-boletos/>>. Acesso em 08 de out. 2019.

CORDEIRO, A. P. O Superendividamento do Consumidor. 2017. Disponível em: <http://www.siqueiracastro.com.br/informativos/Informe-JEC/2018/informe-civel-01_02.html>. Acesso em 09 de out. 2019.

ESCOLA BRASILEIRA DE DIREITO. **Uma análise da vulnerabilidade do consumidor.** Disponível em:

<<https://ebradi.jusbrasil.com.br/artigos/428690210/uma-analise-da-vulnerabilidade-do-consumidor>>. Acesso em 14 out. 2019.

GLOBO REPORTÉR. Aracaju é a única capital onde 45% dos devedores não conseguem cumprir seus compromissos. In: G1, Globo Repórter, janeiro de 2019. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-reporter/noticia/2013/08/aracaju-e-unica-capital-onde-45-dos-devedores-nao-conseguem-cumprir-seus-compromissos.html>>. Acesso em 14 out. 2019.

GOMES, U. da S. Direito do Consumidor e o fenômeno do superendividamento. In: Jus Navigandi, 2015. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/36107/direito-do-consumidor-e-o-fenomeno-do-superendividamento>>. Acesso em 27 set. 2019.

KALIL, R. L. Superendividamento: conceito, requisitos, consequências e soluções. In: Brasil. Disponível em: <<https://ricardokalillage.jusbrasil.com.br/artigos/702402133/superendividamento-conceito-requisitos-consequencias-e-solucoes>>. Acesso em 11 out. 2019.

LIMA JÚNIOR, L. O que podemos aprender com John Kennedy? 2016. Disponível em <<http://lucianolima.adv.br/o-que-podemos-aprender-com-john-kennedy/>>. Acesso em 11 nov. 2019.

MANASSÉS, D. R. Vulnerabilidade, hipossuficiência, conceito de consumidor e inversão do ônus da prova: notas para uma diferenciação. In: Direito do Consumidor, junho de 2013. Disponível em: <<https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/35616/vulnerabilidade-hipossuficiencia-conceito-de-consumidor-e-inversao-do-onus-da-prova-notas-para-uma-diferenciacao>>. Acesso em 14 out. 2019.

MARQUES, C. L.; LIMA, C. C.; BERTONCELLO, K. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento.** Caderno de Investigações Científicas. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça, 2010.v. 1, 174 p., 2010. Disponível em: <<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/Anexos/manual-tratamento-do-super%20endividamento.pdf>>. Acesso em 08 out. 2019.

O QUE PREVÊ O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE? In: Rede de Ensino Luiz Flávio Gomes, 2009. Disponível em: <<https://lfg.jusbrasil.com.br/noticias/1236524/o-que-preve-o-principio-da-vulnerabilidade-aurea-maria-ferraz-de-sousa>>. Acesso em 14 out. 2019.

PROCONSC. Conheça a história do dia mundial do consumidor. Disponível em: <<http://www.procon.sc.gov.br/index.php/outros-destaques/569-15-de-marco-dia-internacional-do-consumidor-parabens-pelo-nosso-dia>>. Acesso em 14 out. 2019.

RAMOS, D. G. **Direito em movimento.** 15. Ed. Rio de Janeiro: FONAJE, 2012. Revolução Industrial. 2019. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historiag/revolucao-industrial.htm>> Acesso em 27 de set. de 2019.

RIBEIRO, A. P. Quando se trata de educação financeira, Brasil fica mal na foto. In: O Globo, outubro de 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/negocios/quando-se-trata-de-educacao-financeira-brasil-fica-mal-na-foto-20385966>>. Acesso em 09 out. 2019.

SANTOS, R. A. A. Superendividamento: histórico, causas, prevenção e projeto de lei. In: JUS, junho de 2015. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/40449/superendividamento-historico-causas-prevencao-e-projeto-de-lei>>. Acesso em 27 set. 2019.

SARINGER, G. Mal que atinge 30 milhões no país, superendividamento tem saída. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/economia/mal-que-atinge-30-milhoes-no-pais-superendividamento-tem-saida-25012019>>. Acesso em 14 out. 2019.

SARNEY, J. Projeto de Lei 3515/2015. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e o art. 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso). Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>>. Acesso em 28 out. 2019.

SCHMIDT NETO, A. P. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. In: Revista do Direito do Consumidor, dezembro de 2009. Disponível em: <<https://www.jfrj.jus.br/sites/default/files/revista-sjrj/arquivo/36-153-1-pb.pdf>> Acesso em 11 out. 2019.

TREVISAN, 2019. Mais de 62 milhões de brasileiros encerraram 2018 com o nome sujo, diz SPC. In: G1, jan. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/01/15/mais-de-62-milhoes-de-brasileiros-encerram-2018-com-o-nome-sujo-diz-spc.ghtml>>. Acesso em 11 nov. 2019.

VIANA, C. Especialistas defendem aprovação de projeto para diminuir superendividamento. 2019. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/cdc/noticias/especialistas-defendem-aprovacao-de-projeto-para-diminuir-superendividamento>>. Acesso em 28 out. 2019.

VOOS, Y. P. B. A crise do superendividamento do consumidor de boa-fé. In: Jus Navigandi, 2015. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/44919/a-crise-do-superendividamento-do-consumidor-de-boa-fe>>. Acesso em 11 out. 2019.

WODTKE, G. D. G. O Superendividamento Do Consumidor: As Possíveis Previsões Legais Para Seu Tratamento. 2014. Disponível em: <http://www.pucrs.br/direito/wp-content/uploads/sites/11/2018/09/guilherme_wodtke_2014_2.pdf> Acesso em 09 out. 2019.