

Revista de
**Direito Econômico e
Socioambiental**

ISSN 2179-8214

Licenciado sob uma Licença Creative Commons



REVISTA DE DIREITO ECONÔMICO E SOCIOAMBIENTAL

vol. 9 | n. 1 | janeiro/abril 2018 | ISSN 2179-8214

Periodicidade quadrimestral | www.pucpr.br/direitoeconomico

Curitiba | Programa de Pós-Graduação em Direito da PUCPR



Concessão de crédito e o consumidor endividado: violação do princípio da dignidade humana na sociedade de hiperconsumo*

*Credit concession and the indebted consumer: violation of the
principle of human dignity in the society of hyper consumption*

Leticia Mottin**

Escola da Magistratura do Estado do Paraná (Brasil)

le_mottin@hotmail.com

Maristela Denise Marques de Souza***

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (Brasil)

maristelamsouza@yahoo.com.br

Recebido: 31/08/2017

Received: 08/31/2017

Aprovado: 26/09/2017

Approved: 09/26/2017

Como citar este artigo/*How to cite this article*: SOUZA, Maristela Denise Marques de; MOTTIN, Leticia. Concessão de crédito e o consumidor endividado: violação do princípio da dignidade humana na sociedade de hiperconsumo. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, Curitiba, v. 9, n. 1, p. 142-163, jan./abr. 2018. doi: 10.7213/rev.dir.econ.soc.v9i1.18963

* Este artigo é resultado do PIBIC que contou com o suporte financeiro da Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

** Pós-graduanda em Direito Aplicado na Escola da Magistratura do Estado do Paraná (Curitiba – PR, Brasil). Bacharel em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Advogada. E-mail: le_mottin@hotmail.com

*** Professora de Direito na Graduação e na Especialização *Lato Sensu* na Pontifícia Universidade Católica do Paraná (Curitiba – PR, Brasil). Doutora e Mestre pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Bacharel em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Advogada. E-mail: maristelamsouza@yahoo.com.br

Resumo

Ao contrário do que crê o senso comum, o consumidor não é o único responsável pelo seu endividamento, visto que um dos fatores que contribuem para o fenômeno é a ampla atuação dos fornecedores de crédito no mercado. Após a análise conjunta de todos os aspectos envolvidos, tem-se que o ordenamento jurídico brasileiro se mostra insuficiente para assegurar a dignidade da pessoa humana e a inclusão do consumidor ao mercado de consumo, de modo que a criação de normas em conjunto com a atuação do governo demanda urgência, assim como se mostra indispensável o exercício do poder de punição e fiscalização estatal de publicidades enganosas para assegurar a efetividade da lei nacional e prevenir o superendividamento.

Palavras-chave: superendividamento; dignidade da pessoa humana; intervenção estatal; responsabilidade civil; propaganda enganosa.

Abstract

Contrary to common sense beliefs, consumers are not the only ones responsible for their indebtedness, since one of the factors that contribute to this phenomenon is the broad performance of credit providers in the market. After the joint analysis of all the aspects involved, it has been established that the Brazilian legal system is insufficient to ensure the dignity of the human person and the inclusion of the consumer in the consumer market, so that the creation of norms together with the performance of government demands urgency, just as it is indispensable to exercise the power of punishment and state supervision of misleading advertising to ensure the effectiveness of the national law and to prevent over-indebtedness.

Keywords: *over-indebtedness; dignity of human person; State intervention; civil liability; misleading advertising.*

Sumário

1. Introdução. 2. A origem do fenômeno do endividamento no Brasil. 3. Devedor passivo e devedor ativo. 4. Políticas públicas e a legislação de proteção do consumidor endividado de boa fé. 5. A responsabilidade do fornecedor de crédito. 6. Responsabilidade estatal e o controle da publicidade enganosa. 7. Importância contemporânea de uma tutela jurídica para o endividamento no direito. 8. Considerações finais. 9. Referências.

1. Introdução

Ao longo da história, surgiram inúmeros fatores responsáveis pelo fenômeno do superendividamento no mundo, o qual insurge quando o

consumidor se encontra em situação que não seja capaz de efetuar o pagamento de suas dívidas sem que reste ameaçado o sustento seu e de sua família.

Tal fenômeno atualmente é considerado como um problema socioeconômico a ser tratado, sendo que atinge tanto as classes menos favorecidas quanto as classes mais favorecidas, assim como ofende determinados direitos fundamentais, como a violação da dignidade da pessoa humana, previsto no artigo 1º da Constituição Federal, sendo dever do Estado tutelar o fenômeno do consumidor endividado.

Muito embora o ordenamento jurídico brasileiro possua diversos mecanismos aptos a conferir uma tutela adequada para determinadas situações de endividamento, os quais estão previstos na Constituição Federal, no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor, a legislação brasileira, não prevê qualquer tutela específica e eficaz para tratar e prevenir a situação de superendividamento do consumidor, apenas está previsto no ordenamento os mecanismos de recuperação para pessoas jurídicas, como o instituto da recuperação judicial e da falência.

A velocidade com que a vida moderna atinge pessoas e as coisas a elas disponíveis refletem diretamente no processo de produção, distribuição e consumo, de tal forma que esses produtos sejam mais rapidamente consumidos (destruídos), para dar lugar a tantos outros que seguirão o mesmo trajeto, tornando a cadeia de consumo rotativa e efêmera: a fluidez da sociedade contemporânea de consumo, e como reflexo dela direto o endividamento do consumidor moderno.

2. A origem do fenômeno do endividamento no Brasil

A origem do fenômeno do superendividamento possui vínculo com momento logo após o período da Revolução Industrial (CARLIXO; SEIXAS, 2015), devido ao fato que neste período iniciou-se a produção em larga escala e aumentou-se a oferta de produtos e serviços no mercado de consumo, Franco afirma que “a Revolução Industrial modificou, substancialmente, a produção comercial em consequência de fenômenos diversos, desde o aumento da população, a imigração de grande continente de pessoas no campo para a cidade, o uso de equipamentos e máquinas para a produção em massa até o aumento da oferta de produtos e serviços. Com isso, o intercâmbio de comércio ganha conotações despersonalizadas, em vista da complexidade das relações que se estabelecem entre produção e

consumo para absolver a demanda produzida, exigindo a implementação da legislação protecionista do consumidor” (FRANCO, 2010, p. 229).

Em seguida, com o início da era capitalista, no sentido de incentivar o consumo, surgiram inúmeros sistemas de empréstimos, haja vista, que muitos consumidores não possuíam renda o suficiente para adquirir os produtos ofertados no mercado, Carlixo e Seixas (2015, p. 13) contam que

[...] começaram a surgir os sistemas de oferta de crédito em massa dos empréstimos pré-aprovados, dos financiamentos a longo prazo e, claro dos cartões de crédito, os quais passaram a permitir a aquisição de produtos e serviços para o consumidor que até então, não tinha dinheiro. Contudo, a oferta de crédito tem seu limite na capacidade de pagamento do consumidor-tomador, isto é, não adianta oferecer crédito fácil se, do outro lado da oferta, o consumidor não terá como adimplir o débito adquirido. Em razão deste fato, começaram a surgir situações de superendividamento do consumidor, fenômeno que vem crescendo consideravelmente ao longo dos anos e que, inclusive, vem contribuindo com a crise econômica de muitos países.

Logo, o fenômeno do superendividamento, surgiu principalmente em razão do oferecimento de crédito de forma irresponsável, isto é, sem a observância dos deveres de informação efetiva por parte da concedente do crédito, bem como sem a análise efetiva da condição econômica do consumidor em efetuar o pagamento, tendo como resultado a inadimplência em massa. Sobre a história da economia brasileira Hubert (2016, p. 125) conta que

nas últimas duas décadas o governo brasileiro incentivou a oferta de crédito para elevar o consumo. Em consequência, o comprometimento da renda das famílias com o pagamento de dívidas também cresceu. As causas e efeitos dessa ampliação na oferta e na demanda por crédito ao consumo tornaram o superendividamento um problema visível, foco cada vez mais crescente de muitas pesquisas empíricas. Apesar da atenção que lhe tem sido dirigida, comparado ao contexto internacional, o superendividamento é ainda uma temática incipiente no Brasil. A maior parte das investigações desenvolvidas focam aspectos econômicos e, não raro, restringem-se a realizar análises descritivas a partir de uma perspectiva quantitativa com foco em aspectos econômicos.

Vislumbra-se que no Brasil além da má postura dos fornecedores de crédito, o governo incentivou a oferta de crédito, entretanto esqueceu-se de educar financeiramente o cidadão. Este fato é afirmado pela doutrina quando expõe que o superendividamento originou-se em razão da falta de educação em administração financeira dos brasileiros, da ocorrência de “acidentes da vida” (situações inesperadas) e do comportamento dos credores que, violam os seus deveres de conduta perante o consumidor e fornecem crédito de forma irresponsável, é nessa linha que Efig (2012, p. 674-675) pontua algumas das causas do superendividamento no Brasil:

a concessão irresponsável de crédito; a publicidade do crédito fácil (sem custo); a falta de informação para o cidadão; a falta de formação para o cidadão brasileiro para compreender o impacto das taxas de juros em seu contrato; bem como o comprometimento de renda com o custo do crédito tomado; a formação do spread bancário com base em uma inadimplência provisionada de forma pessimista (não realista); a falta de concorrência no setor bancário; falta de controle e intervenção estatal nos contratos privados (em que pese o caráter cogente e preventivo do Código de Defesa do Consumidor); e, por fim, a falta de comprometimento (responsabilidade) da concedente com o sucesso do crédito (função socioambiental).

Nas palavras de Leite (2015, p. 130) são fatores que causam o superendividamento “[...] a liberação de crédito fácil, as pessoas que se deixam enganar por propagandas e marketing de produtos e serviços, acordos a juros altos para pagar dívidas passadas e ausência de informações e educação sobre o crédito consciente”.

Em pesquisa realizada pelo Tribunal de Justiça do Distrito Federal (2016, p.81), constatou-se que as principais causas que originaram o superendividamento foram o: “desemprego (21%), divórcio (16%), doença (32%), gastou acima do que deveria (69%), morte (11%), redução da renda (40%), vício (6%), auxílio a terceiros (3%) e aquisição de casa própria (4%)”.

Atualmente, a função social do crédito, a qual é considerada como um dos objetivos do Sistema Financeiro Nacional, não está sendo cumprida, Amorim (2011, p. 44) afirma que muito embora o crédito tenha a intenção de expandir o poder aquisitivo do consumidor bem como o aumento da produção e o fomento da economia do país

[...] o que se vê é uma inteira deformação da função social do crédito no Brasil. Os lucros das instituições financeiras são elevadíssimos e as taxas de juros são fixadas em percentuais desproporcionais. A função social do crédito, que seria de promover o desenvolvimento econômico e equilibrado do país e a servir aos interesses da coletividade (art. 192 da CF/88), como objetivo do Sistema Financeiro Nacional, não está sendo respeitada. Dessa forma, o endividamento dos consumidores de crédito é acentuado, sobremaneira, de modo a evoluir para um fenômeno social crônico, conhecido como superendividamento, que assola muitas sociedades de consumo em massa (AMORIM, 2011, p. 44).

Percebe-se que inúmeros são os fatores que contribuem para o fenômeno do endividamento no estado brasileiro, tendo como destaque o acesso facilitado ao crédito de forma ampla e irresponsável, sendo evidente que a taxa de juros praticada na atualidade desrespeita a função social do crédito, prevista no artigo 192 da Constituição Federal e produz consideráveis efeitos negativos para a sociedade.

3. Devedor passivo e devedor ativo

Carpina (2007, p. 86) define o consumidor superendividado como “[...] aquele que, em razão das dívidas contraídas para consumo próprio ou de sua família, viu comprometida sua sobrevivência com dignidade”. Logo, o fenômeno é caracterizado por aquele indivíduo que contraiu dívidas, e o pagamento de tal débito compromete a sobrevivência e dignidade sua ou de sua família.

Há de se considerar que a figura do consumidor superendividado possui relação direta com a contemporânea sociedade de hiperconsumo, marcada pela ideia de que

a ânsia dos indivíduos agora não está na ostentação ou na exibição como forma de diferenciação de classe. A busca pelos objetos não é mais para se exibir ou mostrar uma posição social, mas para viver e satisfazer seus desejos emocionais, corporais, estéticos, relacionais, sanitários e lúdicos. Antes, os bens de consumo serviam como símbolos de status; agora, os objetos são postos à disposição da pessoa. Os objetos ou mercadorias nessa fase não são

buscados como meio de se diferenciar do outro; o que se espera deles é que proporcione mais liberdade, sensações, novas experiências, melhoramento da vida física. O que dá base à dinâmica consumista é a busca das felicidades privadas que se apoiam nos recursos corporais e relacionais, em uma saúde ilimitada e em uma conquista de espaço-tempo identificados à pessoa (CRUZ, 2013, p. 14-15).

Nessa percepção o consumo emocional, estimulado pelo mercado que tenta vender desejos, intensifica o consumo irresponsável e inconsciente de produtos e serviços desnecessários, de modo a contribuir para o aumento do índice de consumidores endividados.

A doutrina classifica o superendividamento a partir dos motivos que lhe deram a origem, classificando-o como ativo ou passivo. Os autores Amorim (2015) e Franco (2010) ressaltam que por mais que a situação do superendividado passivo ocorra em razão de fatores que independem de seu comportamento, e a situação do superendividado ativo ocorre em razão de seu comportamento, de forma voluntária, ambos são merecedores da tutela jurídica, desde que esteja presente o elemento da boa-fé do consumidor, haja vista que ambos igualmente estão expostos às práticas irresponsáveis e abusivas dos fornecedores de crédito.

Amorim (2015, p. 48) explica que “[...] a boa-fé do consumidor é condição essencial para a caracterização do superendividamento, que é entendido como a impossibilidade global do consumidor, pessoa física, e de boa-fé, de pagar todas suas dívidas atuais e futuras de consumo”. Ainda o mesmo doutrinador exemplifica que “a boa-fé do consumidor se materializa na sua iniciativa de quitar o total dos seus débitos, dentro de sua possibilidade financeira”, todavia resalta que em razão de dificuldades e da vulnerabilidade, a sua boa-fé é invertida cabendo prova em contrário a cargo do credor.

Já Leite (2015, p. 129) afirma que a “[...] boa-fé é entendido como o consumidor que endividado, fez novos empréstimos para pagar as dívidas antigas, diferente daquele de má-fé, que faz novos empréstimos para novas despesas e dívidas”. Soma-se o elemento da boa-fé, a análise de outras circunstâncias expostas por Lopes, Lemos e Rodrigues Junior (2013, p. 567) quando acrescentam que não é qualquer inadimplemento que é capaz de caracterizar o superendividamento, mas sim aquele que é duradouro, que manifeste de forma grave e global, assim como ressaltam que as dívidas

advindas do superendividamento não se originam de relações profissionais ou jurídicas, mas sim de relações de consumo.

4. Políticas públicas e a legislação de proteção do consumidor endividados de boa-fé

Atualmente, Cláudia Lima Marques e Rosângela Lunardelli Calvallazzi (2006, p. 243) defendem que uma das formas de amenizar o problema do superendividamento por meio do ordenamento jurídico brasileiro, é utilizar-se da legislação consumerista, que oferece o direito de renegociação em favor do consumidor, consubstanciado nos seguintes dispositivos: no direito do consumidor na devolução das parcelas pagas (artigo 53, CDC), no direito de escolher entre continuar ou rescindir a relação contratual (artigos 51, IX e 52 § 2º, ambos do CDC), no direito de pedir ao juiz que modifique as cláusulas excessivamente onerosas por fatos supervenientes (artigo 6º, V, CDC) e ainda no direito de continuação do contrato (artigo 52 §2º, CDC). Com base em tais dispositivos as autoras afirmam que “[...] o consumidor tem o direito de propor a ação de rescisão e restituição das importâncias pagas, mesmo que inadimplente” (MARQUES; CALVALLAZZI, 2006, p. 243).

Entretanto, muito embora o ordenamento jurídico brasileiro ofereça tais instrumentos para cuidar do superendividamento, ainda não há um tratamento específico e de forma efetiva para tal fenômeno social, que vise além de tratar os consumidores já endividados, previna que novos consumidores se submetam nesta situação de indignidade.

Nas palavras de Lopes, Lemos e Rodrigues Junior (2013, p. 580)

os remédios que atualmente se tem à disposição na esfera jurídica para a solução do superendividamento são insuficientes, assim como não se vislumbra conduta de agentes com grande poderio econômico e protagonistas na oferta do crédito compatível com medidas preventivas do endividamento.

Leite (2015, p. 135) também proclama para a criação de uma nova legislação com vistas a prevenir o superendividamento, a fim de “se deixar mais clara e estabelecer os limites da relação entre consumidor e fornecedor, com a finalidade de evitar o superendividamento do consumidor”.

Diante da necessidade apresentada pela sociedade, foi aprovado o projeto de Lei do Senado (PLS) nº 283/2012, o qual prevê medidas de regulamentação do superendividamento. O significado e a essência da criação de normas específicas de proteção do consumidor endividado de boa-fé são expostos por Carpena (2007, p. 86):

qualquer que seja a solução adotada pelo legislador brasileiro, importa apenas saber que, proteger o superendividado significa criar condições para que ele pague, garantindo o mínimo existencial, tendo presente que a proteção das legítimas expectativas dos consumidores, a garantia de cumprimento do que ele espera obter de uma dada relação contratual, nada mais é do que a projeção do princípio fundamental da dignidade da pessoa humana no âmbito obrigacional.

Assim o sentido de criar instrumentos normativos específicos que regulamentem o superendividamento do consumidor envolve a promoção da dignidade da pessoa humana na relação consumerista, em prol de inserir novamente o consumidor ao mercado e dar acesso a todos os bens e serviços necessários à sua sobrevivência com dignidade, dando eficácia ao artigo 1º, III da Constituição Federal.

É neste aspecto que Franco (2010, p. 236) destaca o fenômeno do superendividamento sob a perspectiva da preservação da dignidade da pessoa humana:

[...] destaco que nossa Constituição proclama a garantia e a preservação da dignidade da pessoa humana, que, numa situação de dificuldades econômicas, fica exposta a toda sorte de humilhações, discriminações e exclusões; além disso, todo o cidadão merece uma chance de resgatar a sua capacidade econômica para se inserir novamente no mercado de consumo, participando efetivamente da vida social e comunitária, dotando o convívio familiar de conforto e integração.

Porém, para tratar o problema social no âmbito legislativo, se faz necessário observar algumas particularidades, tais como “as restrições à propaganda do fornecedor de crédito, a extensão do plano de pagamento, o alongamento do período de reflexão, a isenção a determinados bens e a definição do mínimo existencial” (CARPENA, 2007, p. 87), sendo necessário

ainda estabelecer um parâmetro para a própria definição de superendividamento.

Além disso, Marques e Calvallazzi (2006, p. 245) sugerem a readaptação dos Juizados Especiais com vistas a segurar um tratamento digno do consumidor superendividado. Assim como não se deve esquecer que a boa-fé é considerada como um requisito para a aplicação de qualquer política pública que vise a proteção do consumidor endividado.

Carpene (2007, p. 89) sugere que a norma do superendividamento deve considerar tanto a responsabilidade do fornecedor de crédito como a situação de dignidade da pessoa humana do consumidor

[...] deverá encontrar o modelo brasileiro de tratamento do consumidor superendividado considerando, de um lado, a responsabilidade do fornecedor de crédito, e de outro, a garantia do mínimo existencial do devedor, ambos orientados pelo princípio da boa fé que deve presidir as relações contratuais de consumo.

A título de conclusão, citamos algumas das principais medidas que poderiam ser tomadas em nosso ordenamento jurídico com o fim de prevenir e tratar o superendividamento, como o formalismo informativo que, transmite a ideia de impor expressamente ao fornecedor o dever de aconselhamento e sugestão nos contratos de crédito, assim como a inserção da técnica da oferta prévia, obrigando o fornecedor a dar acesso à todas as condições oferecidas para que o consumidor possa comparar todas as possibilidades de empréstimo, outra medida, se refere ao mecanismo do empréstimo responsável, que transfere ao fornecedor a responsabilidade por analisar a capacidade econômica do consumidor sem afetar a sua dignidade e o direito a retratação, com o fim de propiciar um espaço de tempo de reflexão do empréstimo contraído, com as particularidades de cada caso concreto (LOPES; LEMOS E RODRIGUES JUNIOR, 2013, p. 572-574). Por fim ressalta-se a importância de um instituto que possibilite a aplicação de penalidades em casos de descumprimento pelos fornecedores.

No âmbito das políticas públicas, segundo as autoras Lima Marques, Costa de Lima e Bertonecello (2010, p. 45-46) uma das ações que os agentes políticos podem adotar para prevenir o superendividamento se referem à atuação de auxílio aos consumidores, tais como:

regulamentação da concessão e da publicidade do crédito; - realização de oficinas de orçamento familiar a público alvo específico ou abertas à comunidade; - monitoramento de indivíduos segregados que sairão para regime semi-aberto, aberto ou liberdade condicional. Neste caso, o exemplo verificado fora do Brasil tem demonstrado a necessidade de reorganização do orçamento individual e familiar antes da retomada da liberdade, uma vez que raras são as situações em que o apenado sairá do sistema penitenciário com atividade remunerada oficial garantida; - programas de educação financeira nas escolas de ensino fundamental e médio.

Atualmente encontram-se algumas ações realizadas pelos Tribunais de Justiça com vistas a tratar o consumidor superendividado. No Estado do Paraná, visando auxiliar os consumidores endividados, é oferecido pelo Tribunal de Justiça em parceria com a Escola da Magistratura do Paraná, o Projeto de Tratamento ao Superendividamento do Consumidor, que consiste em um serviço gratuito de conciliação no superendividamento, realizado de forma coletiva entre o devedor e todos os credores (AMAPAR, 2016).

No Tribunal de Justiça do Distrito Federal, criou-se o Centro Judiciário de Solução de Conflitos e de Cidadania, com a finalidade de promover a prevenção, o tratamento e a resolução de conflitos envolvendo consumidores em situação de superendividamento (TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS, 2016, p. 81.).

Outro incentivo de consumo consciente foi realizado pelo Governo do Estado de Maranhão, na II Semana Estadual de Prevenção e Combate ao Superendividamento em 2016, onde foi oferecida orientação sobre consumo consciente, renegociação de dívidas e emissão de documentos (GOVERNO DO MARANHÃO, 2016).

5. A responsabilidade do fornecedor de crédito

A responsabilidade civil das instituições financeiras na atividade de concessão de crédito abrange vários aspectos. No campo do superendividamento, visando a concessão de crédito de forma responsável, é certo que o fornecedor possui algumas obrigações perante o consumidor, tais como a obrigação de informar, aconselhar, renegociar e tratar o consumidor superendividado (MARQUES; CALVALLAZZI, 2006, p. 239).

Em pesquisa de campo realizada por Cláudia Lima Marques e seu grupo de pesquisa na Universidade Federal do Rio Grande do Sul obtiveram o seguinte resultado

[...] em 77% dos casos o credor sequer exigiu garantias para conceder o crédito. Mas ao mesmo tempo em que não exige informações, o credor também não as fornece: em somente 37% dos casos houve informação do total da dívida; a cópia do contrato somente foi remetida ao contratante em 43% dos casos, sendo que, destes, 26% o fizeram depois de já ter sido assinado o contrato (MARQUES, 2005, p. 245).

Assim, podemos observar a realidade brasileira: 77% dos casos entrevistados o fornecedor de crédito não exigiu qualquer garantia para conceder o crédito. Nesse aspecto, a responsabilidade do fornecedor de crédito, se dá justamente em razão de práticas comerciais abusivas praticadas reiteradamente em nossa sociedade, eis que favorece para o inadimplemento de seu cliente (MARQUES, 2005, p. 245).

Neste aspecto, Leite (2015, p. 136.) aduz que quando o fornecedor disponibiliza o crédito ao consumidor que não terá condições de cumprir com as obrigações de pagamento no futuro, deve ser responsabilizado, pois contribuiu para o endividamento do consumidor, fornecendo o crédito de maneira irresponsável.

Lopes Lemos e Rodrigues Junior (2013, p.590) afirmam que “a educação para o crédito é essencial e é responsabilidade, sim, do fornecedor de crédito, que é o beneficiário direto da expansão do crédito”. Logo o fornecedor de crédito também possui responsabilidade no sentido de aconselhamento e alertas sobre os riscos de inadimplência.

O dever de prestar informação ao consumidor, de forma com que o conteúdo contratual seja efetivamente compreendido, encontra-se previsto nos artigos 4º e 6º do CDC, sob pena de não obrigar o consumidor ao cumprimento das cláusulas contratuais. Também em consonância com os dispositivos 31 e 46, ambos do CDC, que expressam a obrigatoriedade de informação clara e compreensível, Teixeira e Soncin (2016, p. 193), defendem a obrigação do fornecedor de informar ao consumidor sobre todos os dados necessários para a tomada da decisão entre realizar o empréstimo ou não, não sendo o suficiente apenas disponibilizar o conteúdo

contratual ao consumidor, devendo tornar a informação compreensível de forma efetiva.

Assim, a informação efetiva, plena e clara é vista como um dos principais instrumentos de prevenção do superendividamento, consubstanciado no “dever de esclarecer o leigo sobre os riscos do crédito e o comprometimento futuro de sua renda” (MARQUES; COSTA DE LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 26). Os autores Lopes, Lemos e Rodrigues Junior (2013, p. 591) descrevem sobre a responsabilidade do fornecedor de crédito da seguinte forma:

o risco está no fato de não se comprovar ter sido fornecida a correta e ostensiva informação sobre o crédito e terem sido feitos os necessários alertas às implicações de sua concessão e utilização, cabendo ao fornecedor responsabilizar-se por essa situação, e sofrer as consequências de não fazê-lo adequadamente, sendo que, pela supersuficiência técnica, jurídica e econômica, teria plena condições de fazê-lo. Quanto à incontestabilidade da superioridade técnica, jurídica e econômica do fornecedor de crédito, há um ponto relevante que torna indiscutível: o crédito é um dos produtos mais regulados no mercado, dependendo de autorização do Banco Central do Brasil o funcionamento de estabelecimento para concessão do crédito. Portanto, o ingresso de fornecedores nesse mercado, por ser restrito e regulado, evidencia mais a especialidade e o conhecimento técnico que o fornecedor deve possuir.

Conclui-se que em razão do domínio técnico, jurídico e econômico dos fornecedores de crédito, é de sua responsabilidade comprovar que forneceu todas as informações de maneira clara, ostensiva e eficaz ao consumidor, sob pena de ser responsabilizado pela inadimplência. Isso decorre do fato de que, de acordo com as regras do Código de Defesa do Consumidor, o fornecedor de crédito responde de forma objetiva e solidária e, além disso, possui o dever de prestar informação clara, ostensiva, e adequada no momento do relacionamento com o seu cliente.

6. Responsabilidade estatal e o controle da publicidade enganosa

Conforme já mencionado, o superendividamento do consumidor é originado em razão de diversos fatores, e dentre eles sem dúvida é a publicidade enganosa.

Observa-se a valorização individualista e materialista dos bens de consumo, a nova razão de viver, marcada pelo desejo desenfreado, para satisfações momentâneas e efêmeras, como a razão de existir, e nesse aspecto o marketing encontrou o seu curso, marcada pela sedução publicitária, sob signos impregnados de imaginário de felicidade, modernidade e liberdade, na busca de prazer, imagens despreocupadas e libertárias, o modelo hedonista de existência social.

O consumidor moderno não é livre para suas escolhas e sobre estas a publicidade exerce potencial influência, pois serve não somente para anunciar o produto e serviços e suas características, mas para promover o consumo como modo de vida, como satisfação de desejos, na superação de frustrações pessoais.

O fenômeno de consumo, hoje disseminado praticamente em todo o mundo, não seria possível sem o incessante bombardeio da publicidade estimulando, convencendo ou compelindo consumidores a comprar bens, que nem sempre são necessários e fundamentais para sua sobrevivência. A população de uma forma geral age por impulso, seguindo a ordem ditada pelo anúncio ou mensagem publicitária, sem refletir ou questionar as reais necessidades, ou mesmo qualidade, preço e sustentabilidade na produção de produtos disponíveis no mercado de consumo. Essa atitude leva a sociedade a um prejuízo de ordem financeira (endividamento) e, dentre outros efeitos nocivos.

Em pesquisa de campo realizada por Cláudia Lima Marques e seu grupo de pesquisa na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, o resultado quanto à publicidade revelou que “ela foi importante elemento impulsionador da procura do crédito (em televisão, 22,4% dos casos; por meio de panfletos e prospectos, 20,6%; e por correspondência e e-mail, 11,2%)” (MARQUES, 2005, p. 45). Assim, inegável é a forte influência da oferta na procura pelo crédito.

Segundo o § 1º do artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor, publicidade enganosa é qualquer publicidade que seja capaz de induzir o

consumidor em erro a respeito de qualquer dado dos serviços oferecidos no mercado de consumo. No âmbito do superendividamento, as autoras Alves e Silva (2013, p. 13) afirmam que:

em que pese o art. 31 do CDC determinar que a oferta de serviços deve assegurar informações corretas, claras, precisas e ostensivas, é raríssimo se vislumbrar, por exemplo, as taxas de juros nas propagandas de crédito. Na maioria dos casos essa informação não é exibida com o destaque necessário e, em situações comuns do dia a dia, é absurda e deliberadamente omitida do consumidor [...].

Além da insatisfatória qualidade de informação quanto à taxa de juros nas ofertas de concessão ao crédito, outro exemplo de publicidade enganosa, diz respeito ao instituto do preço à vista, o qual raramente é praticado nas relações de consumo, com o objetivo de induzir o consumidor a optar pela forma de pagamento em parcelas, ou seja, pela forma mais onerosa para o consumidor (MARQUES; CALVALLAZZI, 2006, p. 245).

Lopes, Lemos e Rodrigues Junior (2013, p. 587) relatam que:

para deduzir os consumidores ao crédito, as instituições financeiras passaram a substituir o espaço hostil e constrangedor das agencias bancarias – com portas giratórias e operações complexas – por lojas de departamentos e supermercados, locais de comercialização mais familiares e que se integram ao convívio do consumidor, tornando a concessão de crédito muito mais prazerosa e vantajosa.

Assim, observamos mais uma das técnicas de marketing utilizadas pelas instituições financeiras para aumentar o número de concessão de crédito, qual seja, a criação de ambientes confortáveis e familiares. Em guisa de conclusão, os autores defendem que “a influencia na publicidade no relacionamento entre bancos e consumidores, aponta para a necessidade de um acompanhamento mais rigoroso por parte dos órgãos de defesa e proteção do consumidor [...]” (LOPES; LEMOS E RODRIGUES JUNIOR, 2013, p. 287).

Nesse mesmo raciocínio Torres (2013, p. 17) assevera que:

[...] o problema do superendividamento é agravado pela pouca efetividade da lei nacional, de forma que a prevenção do fenômeno e a proteção do consumidor em situação de superendividamento não reclama a alteração de lei, mas o fortalecimento dos órgãos responsáveis pela fiscalização e a sensibilização de todos os que atuam na área para a gravidade do fenômeno e para a necessidade de interpretação das normas e das cláusulas contratuais de forma a dirimir os efeitos danosos da insolvência civil.

Para que se combata o superendividamento é essencial que o Poder Público aplique de forma efetiva a lei nacional vigente, por meio de órgãos de fiscalização, que visem eliminar qualquer oferta que descumpra com o dever de informar adequadamente e efetivamente o consumidor de crédito, bem como é essencial que todos os responsáveis pela aplicação da norma contratual e legal, interprete-as de forma a dar o real significado e efetividade aos princípios consumeristas e constitucionais, tais como os seguintes dispositivos do CDC: 31 37 e 52.

Assim o dever de fiscalização e punição pelo Estado é um fator indispensável para a diminuição do fenômeno do superendividamento, Lopes, Lemos e Rodrigues Junior (2013, p. 587) afirmam que:

todas essas práticas e a insistente falta de informação precisam ser encaradas como um agravante do endividamento excessivo do consumidor. Sem essa interpretação – e, portanto diante da resistência dos fornecedores de crédito em adota-la, o dever de fiscalização e punição pelo Estado se faz indispensável -, sem essa consideração dessa perspectiva como risco inerente ao crédito a ser suportado exclusivamente pelo fornecedor, as taxas do superendividamento apenas permanecerão numa crescente, sem qualquer medida efetiva para sua prevenção, medidas estas perfeitamente disponíveis na legislação vigente, porem não observadas.

Diante do contexto, sugere-se a criação e investimento de mecanismos públicos que visem fiscalizar e punir o fornecedor de crédito de forma eficaz, sempre que o fornecedor não cumpra com as regras de informação em consonância com o Código de Defesa do Consumidor, visto que a publicidade da concessão do crédito na sociedade brasileira não reclama pela criação de nova legislação, mas sim por medidas que tornem eficaz a legislação já vigente, levando em conta que é ilógico analisar o

crédito por si só, sem considerar todas as circunstâncias que o origina, tal como a oferta enganosa e abusiva.

7. Importância contemporânea de uma tutela jurídica para o endividamento no direito brasileiro.

Atualmente, segundo os dados extraídos no documento eletrônico do IPEC (2016), de pesquisa realizada pela Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) e divulgada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o índice de famílias endividadas e inadimplentes no início do ano de 2016 aumentou de 57,5% para 61,6%, em relação a janeiro deste ano e janeiro de 2015. Segundo dados a maior parte das dívidas das famílias brasileiras (78,6%) é com cartões de crédito, dívidas com carnês (16,8%), financiamento de carro (12,5%), crédito pessoal (9,8%) e financiamento de casa (8,1%).

Inegável é o crescimento do inadimplemento dos consumidores brasileiros, principalmente em razão de dívidas com cartões de crédito, ou seja, em razão da concessão de crédito de forma imediata e “fácil”.

Na esfera individual e familiar os efeitos deste fenômeno se relacionam ao mínimo existencial do ser humano, de modo que tende a gerar a exclusão do indivíduo da sociedade de consumo, nas palavras de Marques, Costa de Lima e Bertonecello (2010, p. 10)

ele pode conduzir as pessoas superendividadas a evitar despesas de tratamentos, mesmo essenciais, ou ainda a negligenciar a educação dos filhos. E, na medida em que a situação é tal, que a moradia não pode ser assegurada, é dado um passo na direção da exclusão social. O superendividamento é fonte de isolamento, de marginalização; ele contribui para o aniquilamento social do indivíduo. Quanto mais este fenômeno aumenta, mais seu custo social se eleva e mais a necessidade de combatê-lo se impõe.

Além do isolamento social do consumidor é evidente que os prejuízos do superendividamento em massa são suportados por todos nós, Lopes, Lemos e Rodrigues Junior (2013, p. 580) esclarecem que o superendividamento

pode trazer prejuízos consideráveis que extrapolam o indivíduo, atingem sua família, seu ambiente de trabalho e ambiente social e, de forma integrada, leva

ao desaquecimento da economia, o que, no modelo capitalista, é insustentável. A importância de manter a sociedade consumindo é fundamental para o movimento da economia, enquanto que o superendividamento impede, exatamente, a possibilidade de um consumo saudável e essencial à existência do cidadão. Por essa razão, a preocupação com o fenômeno e com o indivíduo superendividado não deve ser marginal, mas deve ser considerada desde o momento da concessão do crédito, agindo-se de forma preventiva, até a situação em si, atribuindo-lhe solução de acordo com a sua complexidade.

Levando-se em consideração que os prejuízos do endividamento dos consumidores são suportados pelo núcleo familiar do endividado e por toda a sociedade, visto que contribui para o desaquecimento da economia do país, torna-se indubitosa a emergência de normas mais eficientes que amenizem o problema social vivenciado, no sentido de estimular o desenvolvimento do crédito de forma saudável e não no sentido de combatê-lo, e finalmente tornar efetiva a função social do crédito em conformidade com o objetivo da Constituição Federal.

8. Considerações finais

A partir do estudo da doutrina, permite-se com que se abandone a crença comum de associar o consumidor endividado à uma pessoa irresponsável e indigna de qualquer tratamento. Com um olhar mais aprofundado, entende-se que o fenômeno do superendividamento, que ocorre não só no Brasil, mas mundialmente, deve ser tratado à luz da dignidade da pessoa humana, em consideração a todas as situações fáticas históricas e atuais, como a ausência de incentivo à educação financeira e a ausência de cumprimento da legislação consumerista por parte da instituição bancária, não havendo lógica em considerar o consumidor superendividado como o único responsável pela situação, eis que diversos fatores externos são considerados causadores do fenômeno.

Verifica-se que a sociedade de consumo pode ser caracterizada pela valorização do ter em detrimento do ser; o ser humano é valorizado pela quantidade e qualidade de coisas que possui, de tal maneira que a massa de consumidores age por impulso, sem reflexão ou questionamentos sobre suas escolhas, quer na melhor oferta ou qualidade, quer em relação às reais

necessidades, na facilitação do crédito. Nesse ciclo vicioso, no ato irreflexivo do consumidor diante da mensagem persuasiva de consumo, depara-se com resultados economicamente nocivos a si mesmo e sua própria dignidade como cidadão consumidor.

O lado negativo do fenômeno é a ausência de seriedade dada pelo Poder Público (legislativo – executivo – judiciário (de forma majoritária, visto que encontramos casos isolados da atuação do Poder Judiciário com vistas ao tratamento do fenômeno, porém ainda tímidas em frente aos efeitos suportados pela sociedade)) em relação à necessidade e urgência de um tratamento específico do problema social, ao contrário da produção científica doutrinária que ao estudarem de forma aprofundada o fenômeno oferecem subsídios para a atuação do Poder Público. Assim, percebe-se que os mecanismos para a solução do superendividamento, tanto a legislação quanto as políticas públicas atuais restam incapazes de amenizar e prevenir o problema social. Proclamando-se que o fundamento para o surgimento de uma legislação específica é justamente assegurar a dignidade da pessoa humana e a inclusão ao mercado de consumo.

No que tange à responsabilidade do fornecedor de crédito, em consonância com os dispositivos 4º, 6º, 31 e 46 do CDC e devido ao fato de que o fornecedor de crédito é o principal beneficiário da atividade e possui superioridade técnica, jurídica e econômica em relação ao consumidor, verifica-se que apenas o fornecedor não será responsabilizado quando informar, aconselhar, e analisar a capacidade econômica para o pagamento do débito e tornar o conteúdo contratual compreensível ao consumidor. Ademais, com base na análise de dados de pesquisa de campo realizada por doutrinadores restou evidente que o conteúdo contratual da oferta de concessão ao crédito é insatisfatório, concluindo-se que o dever de punição e fiscalização estatal das publicidades enganosas é indispensável para prevenir o superendividamento.

Por fim, constatou-se que o índice de brasileiros endividados aumentou, sendo que em situações de superendividamento os efeitos imediatos é o isolamento social, o que contribui para o aumento do custo social e o desaquecimento da economia, sendo, portanto, inegável a urgência de criação de normas em conjunto com a atuação do estado, lembrando que consumidor é merecedor de um tratamento eficaz, que promova a sua inserção na sociedade civil, em prol da dignidade da pessoa humana.

9. Referências

ALVES, Alexandre Ferreira de Assumpção; SILVA Priscilla Menezes da. **Superendividamento e seus efeitos sociais e econômico para o consumidor e o empresário**: a necessidade premente de uma tutela jurídica específica para o problema. 2013. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=feafb280b99f47d2>>. Acesso em: 2 maio 2016.

AMORIM, Eduardo Antonio Andrade. A “Era do Crédito” e o superendividamento do consumidor. Entre Aspas: **revista da Unicorp**, Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, n. 1, p. 42-61, 2011. Disponível em: <http://www5.tjba.jus.br/unicorp/images/entre_aspas/revista_entre_aspas_volum_e_2.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2015.

AMAPAR. **Projeto do TJPR em parceria com EMAP oferece serviço gratuito de conciliação aos superendividados**. 2016. Disponível em: <http://www.amapar.com.br/noticias_respsocial/item/projeto-do-tjpr-em-parceria-com-emap-oferece-servi%C3%A7o-gratuito-de-concilia%C3%A7%C3%A3o-aos-superendividados.html>. Acesso em: 29 maio 2016.

CALIXTO, Fabiana de Carvalho; SEIXAS, Maria Clara de Souza. A Importância da Tutela da Situação de Superendividamento do Consumidor Brasileiro. **Revista Direito UNIFACS**, Salvador, n. 151, p. 1-17, 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/viewFile/2443/1790>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

CARPENA, Heloísa. Uma lei para os consumidores superendividados. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 61, p. 76-89, jan. 2007.

CRUZ, Daniel Nery. Algumas Características da pós-modernidade na concepção de Gilles Lipovetsky. **Revista Intuitio**, Porto Alegre, v. 6, n. 1, p. 79-95, jun. 2013. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/intuitio/article/viewFile/13133/9381>>. Acesso em: 28 set. 2017.

EFING, Antônio Carlos. **Contratos e Procedimentos Bancários à Luz do Código de Defesa do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 74, p. 227-242, abr. 2010.

GOVERNO DO MARANHÃO. **Governo do Maranhão promove II Semana de Prevenção e Combate ao Superendividamento**. 2016. Disponível em: <<http://www.ma.gov.br/governo-do-maranhao-promove-ii-semana-de-prevencao-e-combate-ao-superendividamento/>>. Acesso em: 30 de maio 2016.

Hubert, Stefan. **O Tonel das Danaides: Consumo a crédito, superendividamento e a espoliação dos vulneráveis no Brasil contemporâneo**. Porto Alegre, 2016. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/142493/000993749.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 22 maio 2016.

INSTITUTO DA PROTEÇÃO E ESTUDO DAS REALÇÕES DE CONSUMO NO BRASIL - IPEC. **Endividamento e falta de crédito: O que fazer?** 2016. Disponível em: <<http://www.ipeccbrasil.org.br/2016/05/endividamento-e-falta-de-credito-o-que.html>>. Acesso em: 29 de maio 2016.

LEITE, Carla Vladiane Alves. A Crise Econômica e o Superendividamento do Brasileiro: Uma Análise Crítica da Liberação de Crédito Social Fácil no Brasil. **Revista de Direito Internacional e Tributário**, RDIET, Brasília, v. 10, n. 2, p. 120 – 147, jul./dez., 2015. Disponível em: <<http://portalrevistas.ucb.br/index.php/RDIET/article/viewFile/6145/4210>>. Acesso em: 25 maio 2016.

LOPES, Teresa Ancona; LEMOS Patrícia Faga Iglecias; RODRIGUES JUNIOR, Otavio Luiz (Coord.). **Sociedade de risco e direito privado: desafios normativos, consumeristas e ambientais**. São Paulo: Atlas, 2013.

MARQUES, Cláudia Lima. Entrevista: Mais atenção ao superendividamento. In: **Revista do IDEC**, setembro de 2005. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/revistas_materias/pdfs/2005-09-ed92-opinioao.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2016.

MARQUES, Cláudia Lima; CALVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Direitos do Consumidor Endividado. Superendividamento e crédito. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 29, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima; COSTA DE LIMA Clarissa; BERTONCELLO, Káren Danilevicz. **Prevenção e tratamento do superendividamento**. 2010. Disponível em: <<http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/Anexos/manual-tratamento-do-super%20endividamento.pdf>>. Acesso em: 29 de maio 2016.

TEIXEIRA, Rodrigo Valente Giublin; SONCIN, Juliano Miqueletti. O endividamento do consumidor brasileiro e a ofensa ao princípio da dignidade humana. **Revista de Estudos Jurídicos**, v. 1, n. 25, 2016. Disponível em: <<http://www.actiorevista.com.br/index.php/actiorevista/article/viewFile/21/34>>. Acesso em: 30 maio 2016.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL E DOS TERRITÓRIOS. **Programa de prevenção e de tratamento aos consumidores superendividados no TJDF, uma prática consolidada**. 2016. Disponível em: <http://www.tjdft.jus.br/institucional/2a-vice-presidencia/nupemec/superendividados/PPTSTJDFUmapticaconsolidada_pginasespelhadas.pdf>. Acesso em: 29 de maio 2016.

TORRES. Larissa Fontes de Carvalho. **O Problema do Superendividamento do Consumidor no Brasil: Características e conseqüências da oferta de crédito**. 2013. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=74a8f422384efdde>>. Acesso em: 05 maio 2016.