

FACULDADE DE DIREITO MILTON CAMPOS

**A REGULAMENTAÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO COMO FORMA DE  
CONCRETIZAÇÃO DO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO**

NOVA LIMA  
2010

PATRÍCIA MARIA OLIVA GONTIJO

**A REGULAMENTAÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO COMO FORMA DE  
CONCRETIZAÇÃO DO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós Graduação *Stricto Sensu*, da Faculdade de Direito Milton Campos, como requisito obrigatório para obtenção do título de Mestre em Direito Empresarial.

Área de concentração: Direito do Consumidor.

Orientadora: Professora Doutora Miriam de Abreu Machado e Campos.

FACULDADE DE DIREITO MILTON CAMPOS  
NOVA LIMA  
2010



Faculdade de Direito Milton Campos – Mestrado em Direito Empresarial

Dissertação intitulada “A regulamentação do superendividamento como forma de concretização do estado democrático de direito” de autoria da mestrand **PATRÍCIA MARIA OLIVA GONTIJO**, para exame da banca constituída pelos seguintes professores:

---

Profa. Dra. Míriam de Abreu Machado e Campos  
Orientadora

---

Prof. Doutor

---

Prof. Doutor

Nova Lima, 05 de novembro de 2010.

Alameda da Serra , 61, Bairro Vila da Serra – Nova Lima – Cep 34000-000 – Brasil. Tel/fax (31) 3289-1900

*Para meus pais, Marcus e Sandra*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente e acima de tudo, a Deus, o sentido da minha vida, e a Maria, minha mãe, Senhora e intercessora fiel. Foi este amor que me sustentou durante todo este tempo e permitiu que este trabalho fosse devidamente concluído.

Agradeço aos meus pais e à minha irmã pelo apoio, pela preocupação dispensada, por todo auxílio dispensado e pela compreensão da minha ausência em virtude da necessidade de dedicação intensa à pesquisa.

Agradeço à minha orientadora por todos os conselhos, pela assistência, dedicação e pela amizade, que possibilitaram um grande amadurecimento deste estudo.

Agradeço a todos que de forma direta ou indireta me auxiliaram, a psicanalista Carmem Caram, pela bibliografia indicada, aos amigos e colegas de caminhada.

## RESUMO

O presente trabalho propõe uma análise do superendividamento como fenômeno decorrente da concessão desmedida do crédito na sociedade de consumo. O estudo inicia-se com a análise das características da pós-modernidade, especificamente no aspecto da sociedade de consumo, e da forma como o crédito se vulgarizou como meio material que viabiliza a aquisição de bens e inserção social. Busca-se, em seguida, traçar um panorama das principais formas de acesso ao crédito no Brasil e do perfil do consumidor superendividado, a fim de pesquisar as razões que atualmente levam os indivíduos ao endividamento excessivo. Após a conceituação do tema, são estudados os meios de prevenção e tratamento para este fenômeno social. Busca-se, a partir das medidas adotadas pelo direito europeu e norte-americano, demonstrar a importância de uma adequada regulamentação da matéria no Brasil e dos meios mais eficazes para tanto. Ante a inexpressividade dos meios de prevenção do superendividamento no Brasil e da inexistência de medidas curativas adequadas, será enfatizado o tratamento dispensado ao tema por outras legislações, bem como por aquela que se pretende criar no país, através do anteprojeto de lei apresentado pelo Brasilcon, propondo-se, ainda, outros meios que a autora entende eficazes no auxílio contra este fenômeno social.

**Palavras-chave:** Sociedade de consumo; Crédito; Prevenção e tratamento do superendividamento; Direito do consumidor; Modelo francês e norte-americano para tratamento do tema; *Bankruptcy*; Reeducação para o crédito.

## ABSTRACT

This study suggests an analysis of the overindebtedness as a phenomenon arisen from the unlimited concession of credit in consumer society. The study begins with an analysis of the characteristics of post-modernity, specifically in the aspect of consumer society, in which credit is shown as a way to acquire goods and social inclusion. Then, it is drawn an outlook of the main forms of credit access in Brazil and the profile of overindebtedness consumers in a way to search the reasons that take them to bankruptcy nowadays. After the conception of the theme, the work proposes a study of the ways of preventing and treating this social phenomenon. The measures of treatment used by European and American law are taken to demonstrate the importance of proper regulation of the theme in Brazil, as the most effective means for it.

Due to the meaninglessness of the means of prevention and treatment in Brazil and the absence of appropriate remedial measures, it will be studied, with emphasis, the treatment given by other legislation to the theme, as well as those that Brazil intends to create through the law-project presented by Brasilcon, proposing in addition other means that the author believes effective to bring help against this social phenomenon.

**Key-words:** Consumer society; Credit; Prevention and treatment of overindebtedness; Consumer rights; French and American treatment of the theme; Re-education for the credit.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>A SOCIEDADE DE CONSUMO E O MAL-ESTAR DA CIVILIZAÇÃO PÓS-MODERNA</b> .....	<b>13</b>
2.1	A sociedade de consumo como forma de expressão do pensamento pós-moderno .....	13
2.2	Do consumo para o consumismo: a sociedade de consumo .....	16
2.2.1	Etapas históricas da sociedade de consumo .....	18
2.2.1.1	Primeiro ciclo: de 1880 até a Segunda Guerra Mundial .....	18
2.2.1.2	Segundo ciclo: Pós Segunda Guerra até o final da década de 70 .....	20
2.2.1.3	Terceira fase: a partir do final da década de 70 .....	22
2.2.2	A sociedade de consumo no Brasil .....	22
2.3	As Características da sociedade de consumo .....	23
2.3.1	Abundância, desperdício e a forma de interpelação do homem como consumidor .....	24
2.3.1.1	O sentido da abundancia .....	27
2.3.1.2	Abundancia e massificação: a cultura de massas .....	28
2.3.2	As formas peculiares de inserção e segregação social: o homem visto como consumidor .....	29
2.3.2.1	Consumo e identidade: a filiação social e os novos modelos de divisão social .....	30
2.3.2.2	A liberdade no consumo e a reinvenção da identidade .....	32
2.3.3	O fator tempo .....	34
2.3.3.1	O consumo e a substituição pelo novo: o constante rompimento com o passado .....	34
2.3.3.2	O crédito e a vivência do “tempo pontilhista” .....	36
2.3.3.3	A corrida contra o tempo: o medo do envelhecimento na sociedade do hoje .....	37
2.3.4	As novas formas de relacionamento: a liquidez dos afetos .....	39
2.4	Sociedade de consumo: igualdade e felicidade .....	41
2.4.1	Sociedade de consumo X Igualdade .....	41
2.4.2	Consumo x felicidade: a insatisfação humana na pós-modernidade .....	44
2.4.2.1	A teoria de Viktor Frankl: a busca de um sentido para a vida .....	47
<b>3</b>	<b>CRÉDITO E SUPERENDIVIDAMENTO: A OBTENÇÃO DE UM PERFIL DO CONSUMIDOR DE CRÉDITO COMO FORMA DE GARANTIR A EFICÁCIA DA PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO</b> .....	<b>51</b>
3.1	O crédito na sociedade de consumo: conseqüências da sua difusão no modelo da <i>open credit society</i> .....	51
3.2	O perfil do crédito ao consumo e as principais formas de acesso no Brasil ..	54

3.2.1	Os cartões de crédito: a facilidade da obtenção do crédito e a armadilha das taxas de juros .....	54
3.2.2	O Contrato de abertura de crédito em conta corrente ou cheque especial e o risco de sua utilização uso como crédito pessoal.....	57
3.2.3	O crédito afetado.....	58
3.2.4	O empréstimo consignado e a publicidade do “crédito fácil” .....	59
3.3	O Superendividamento: conceito, classificação e pressupostos.....	61
3.3.1	O conceito do superendividamento e as dificuldades de aferição prática do grau de solvabilidade ante a ausência de dados efetivos .....	61
3.3.2	Classificação e consequências legais do superendividamento ativo e passivo .....	62
3.3.3	Os pressupostos para a caracterização da situação de superendividamento como requisitos para admissibilidade dos pedidos de reestruturação do passivo .....	66
3.4	O perfil do superendividado no Brasil: a essencialidade da observação como etapa prévia à implantação do tratamento legal.....	69
3.5	A aplicação da Boa-fé e da Dignidade da Pessoa Humana ao superendividamento.....	73
3.5.1	Princípio da Dignidade da Pessoa Humana: a urgência de se tratar o superendividamento como fenômeno social e a garantia do mínimo existencial como forma de concretização do Estado Democrático de Direito.....	73
3.5.2	A aplicação da boa-fé ao superendividamento .....	78
<b>4</b>	<b>A PREVENÇÃO AO SUPERENDIVIDAMENTO: PERSPECTIVAS DO DIREITO BRASILEIRO À LUZ DA EXPERIÊNCIA DO DIREITO COMPARADO .....</b>	<b>83</b>
4.1	A exigência da informação adequada como forma de prevenção ao superendividamento.....	83
4.1.1	O dever de informar em direito comparado: a formação sucessiva dos contratos de crédito no <i>Code de La Consommation</i> .....	84
4.1.1.1	A publicidade nos contratos de crédito franceses: o esforço do Direito comunitário em promover a transparência da informação .....	85
4.1.1.2	A oferta do crédito na legislação francesa e a rigorosa sanção da perda dos juros remuneratórios.....	89
4.1.1.3	A instituição do prazo de reflexão como forma de proteção ao consentimento do consumidor .....	90
4.1.2	O Código de Defesa do Consumidor brasileiro: o dever de informar contratos de crédito e a atual posição jurisprudencial frente à sua inobservância .....	92
4.1.2.1	A informação nos contratos de crédito ao consumo e as consequências da omissão contratual no Direito brasileiro .....	93
4.1.2.2	O dever de aconselhamento: a personalização da informação.....	97
4.2	Outros instrumentos de prevenção ao superendividamento em direito comparado: a busca da responsabilidade na contratação do crédito .....	101
4.2.1	Programas de educação para o crédito: a prevenção destinada ao público jovem.....	101
4.2.2	Os serviços de aconselhamento ao consumidor como forma alternativa às conciliações judiciais .....	102

4.2.3	Os fichários de crédito: o detalhamento de informações e a polêmica em torno da privacidade do consumidor .....	104
4.3	Instrumentos de prevenção ao superendividamento previstos no Anteprojeto de Lei publicado pelo Brasilcon .....	106
4.3.1	A instituição de deveres positivos na publicidade do crédito como forma de garantir a escolha consciente do consumidor .....	107
4.3.2	A consagração do princípio do empréstimo responsável e a regulamentação do dever de aconselhamento .....	109
4.3.3	A exigência da oferta previa e a rigorosa sanção pela não apresentação do instrumento contratual.....	112
4.3.4	A instituição do direito de retratação .....	115
4.3.5	A interdependência entre o contrato de consumo e o contrato de crédito ....	118
4.3.6	As sanções para o descumprimento dos deveres legais .....	119
4.4	Regras que também seriam de desejável criação no Direito brasileiro.....	120
4.4.1	A proteção específica para a figura dos garantes .....	120
4.4.2	A proteção especial ao idoso nos contratos de garantia .....	121
4.4.3	A obrigatoriedade da exigência de garantias como forma de prevenção ao superendividamento .....	123

<b>5</b>	<b>O TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO E AS PERSPECTIVAS DA REGULAMENTAÇÃO LEGAL NO BRASIL.....</b>	<b>124</b>
5.1	Objetivos e premissas de um tratamento para o superendividamento.....	124
5.2	O <i>fresh start</i> e a “reeducação”: os modelos norte-americano e francês para o tratamento do superendividamento e as conseqüências práticas da sua implantação.....	125
5.2.1	O <i>Bankruptcy Reform Act</i> de 1978 e a adoção da <i>fresh start policy</i> como filosofia subjacente à <i>open credit society</i> : a necessidade de um recurso à políticas para frear o crescente número de processos de falência .....	126
5.2.1.1	O procedimento do <i>Chapter 7</i> e a liquidação dos bens do devedor que não possui meios para se sujeitar ao reescalonamento de dívidas .....	127
5.2.1.2	O procedimento do <i>Chapter 13</i> e o ajustamento das dívidas do devedor.....	128
5.2.2	Discussões acerca da eficácia prática do modelo norte-americano.....	130
5.2.2	O modelo europeu da “reeducação” e as constantes alterações da legislação francesa visando à adaptação aos resultados práticos.....	132
5.2.2.1	O tratamento do superendividamento no Direito francês .....	133
5.2.2.1.1	A fase administrativa obrigatória e o alargado papel das <i>Commissions de Surrendettement</i> .....	134
5.2.2.1.2	A fase Judicial: a exequibilidade das medidas recomendadas pelas <i>Comissions</i> ou a instrução do procedimento.....	138
5.2.2.2	Conclusões acerca do modelo francês da “reeducação” .....	140
5.2.3	O tratamento do superendividamento pela jurisprudência brasileira e a necessidade da instituição de um sistema global de pagamento das dívidas dos consumidores de boa-fé.....	141
5.2.4	O tratamento do superendividamento no Anteprojeto de lei apresentado pelo Brasilcon: a apresentação de medidas de reestruturação do passivo do devedor .....	145
5.2.4.1	Regras sobre competência, legitimidade ativa, assistência por advogado e o dever de cooperação processual .....	146

5.2.4.2	Os requisitos legais para o ingresso com o procedimento e dívidas abrangidas .....	147
5.2.4.3	A fase de conciliação obrigatória e o esforço para a obtenção de um plano amigável e uma solução equitativa .....	149
5.2.4.4	A fase judicial e a imposição de um plano de recuperação.....	151
5.2.4.4.1	Do descumprimento do plano pelo devedor.....	153
5.2.4.4.2	Da sanção por má-fé processual do devedor e do credor.....	153
5.2.5	Observações sobre as fases conciliatória e judicial e sugestões para conferir maior segurança e eficácia ao tratamento do superendividamento .	154
5.2.5.1	A presunção da boa-fé do devedor .....	154
5.2.5.2	A necessidade de instituição de bancos de dados que relatem o pedido de tratamento legal.....	155
5.2.5.3	A necessidade de se criarem instituições especializadas que permitam a conciliação extra-judicial dos casos de superendividamento .....	156
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>159</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>163</b>
	<b>ANEXO 1</b>	
	<b>ANTEPROJETO DE LEI DISPONDO SOBRE A PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO.....</b>	<b>173</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho resulta das pesquisas sobre os meios de prevenção e tratamento do superendividamento no Brasil e em direito comparado. Ante a ausência de uma regulamentação específica sobre o tema no ordenamento brasileiro, entendeu-se necessário fundamentá-lo no contexto da sociedade de consumo. Propõe-se, através deste estudo, abordar o fenômeno, a partir da proporção em que ele ocorre na atualidade, como uma decorrência da difusão da cultura consumista e da contratação desmedida do crédito.

Percebe-se, outrossim, que a omissão legislativa decorre, dentre outros fatores, da visão social do consumidor endividado, a partir do estigma do “mau pagador” (e, portanto, indigno de proteção legal) e do receio em relação aos prejuízos financeiros que poderiam resultar para os credores de um tratamento do superendividamento.

Assim, o primeiro capítulo será dedicado à análise das características da pós-modernidade, consubstanciadas no aspecto da sociedade de consumo, investigando como a sociedade se tornou aberta ao crédito, bem como as consequências verificadas em todos os aspectos da vida humana. Poderá ser constatado, ao longo da exposição, que o imediatismo que acompanha a cultura consumista não é percebido apenas na constante reciclagem dos objetos de consumo, mas em todos os setores da vida individual e coletiva. Os efeitos desta cultura são sentidos também nos relacionamentos interpessoais, nos afetos e na maneira de se encarar as pessoas idosas e o fim da vida. Poderá, igualmente, ser verificado que o crédito é visto como um “passaporte” para o indivíduo ingressar na sociedade de consumo, por oferecer os meios para que ele acompanhe o constante e célere movimento de renovação, próprio deste modelo social. Destarte, o endividamento torna-se um canal para que o sujeito possa construir uma identidade social e, assim, escapar da marginalização da sociedade, que exige constantes esforços para a manutenção de sua filiação social (ou seja, para que ele não se torne um “consumidor-falho”).

O superendividamento, como última instância da concessão desmedida do crédito na sociedade de consumo, é o assunto central do segundo capítulo. Será efetuada a conceituação do tema e a investigação das principais formas de acesso ao crédito no Brasil, bem como traçado o perfil do consumidor superendividado.

Desta forma, poderão ser descobertas as razões preponderantes que levam ao superendividamento, a fim de serem propostas as medidas profiláticas e curativas mais adequadas à realidade brasileira.

O terceiro e quarto capítulos serão dedicados ao estudo da prevenção e tratamento do superendividamento na legislação estrangeira, assim como das medidas de desejável criação no direito pátrio. À guisa de uma regulamentação específica, percebe-se, no Brasil, a tentativa de tratar os casos de superendividamento passivo mediante formas paliativas, que não solucionam o conjunto das dívidas do consumidor. Contudo, o avanço da jurisprudência no sentido de impor a renegociação de contratos a longo prazo, em virtude de uma alteração na base objetiva do negócio jurídico, é válida não somente para resolver casos pontuais de endividamento excessivo. Esta preocupação percebida na jurisprudência demonstra, igualmente, a necessidade de se tratar o consumidor superendividado como um imperativo do princípio da dignidade da pessoa humana.

Trata-se, pois, de um fenômeno que se alastra com extrema rapidez, sendo os efeitos psicológicos e materiais sentidos não apenas por credor e devedor, mas gerando, outrossim, altos custos sociais.

Toda a realidade encontrada ao longo do estudo demonstrará a urgência da tomada de medidas preventivas e curativas pelo Estado, seja em relação aos consumidores que foram ludibriados pela cultura do crédito, bem como em relação aos que recorreram a ele como medida de sobrevivência. A dignidade da pessoa humana, como fundamento do Estado é simultaneamente limite e tarefa dos poderes estatais, exigindo condutas positivas no sentido de concretizar o Estado Democrático de Direito. Esta concretização poderá ser vislumbrada a partir de um adequado tratamento a um fenômeno que é atualmente causa e consequência da exclusão social.

## 2 A SOCIEDADE DE CONSUMO E O MAL-ESTAR DA CIVILIZAÇÃO PÓS-MODERNA

Não é verdade que o homem, propriamente e originalmente, aspira a ser feliz? Não foi o próprio Kant quem reconheceu tal fato, apenas acrescentando que o homem deve desejar ser digno da felicidade? Diria eu que o homem realmente quer, em derradeira instância, não é a felicidade em si mesma, mas, antes, um motivo para ser feliz.<sup>1</sup> (Viktor Frankl)

### 2.1 A sociedade de consumo como forma de expressão do pensamento pós-moderno

A pós-modernidade ou contemporaneidade é uma expressão de difícil conceituação. A compreensão do conceito é facilitada a partir da análise das características do pensamento contemporâneo<sup>2</sup>. O termo “pós-moderno” foi criado em 1917 pelo filósofo alemão Rudolph Pannvitz, que, influenciado pela filosofia de Nietzsche, relacionou-a com o niilismo que dominou a cultura ocidental no século XX, revertendo todos os valores até então existentes<sup>3</sup>. O prefixo “pós” não se refere à passagem temporal linear da era moderna para a pós-moderna, ao contrário, ela pretende expressar a oposição ao pensamento moderno<sup>4</sup>.

A filosofia pós-moderna é a filosofia das diferenças, expressa em um pluralismo alastrado em diferentes realidades sociais e campos do conhecimento. Esta nova forma de “estar no mundo”, proposta pela pós-modernidade, pode ser

---

<sup>1</sup> FRANKL, Viktor. *Psicoterapia para todos*. Tradução de Antônio Estevão Allgayer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1990, p. 11.

<sup>2</sup> ROHRMANN, Carlos Alberto; CAMPOS, Miriam de Abreu Machado e. Biometrical Data, Electronic Voting Machines and the Right to Vote. In: KIERKEGAARD, Sylvia (Ed). *Business and Law: Theory and Practice*, IAITL: Long Island New York, 2008, p. 500. Tradução livre.

<sup>3</sup> ROHRMANN, Carlos Alberto; CAMPOS, Miriam de Abreu Machado e. Biometrical Data, Electronic Voting Machines and the Right to Vote. In: KIERKEGAARD, Sylvia (Ed). *Business and Law: Theory and Practice*, IAITL: Long Island New York, 2008, p. 506. Os autores observam que não é pacífico o surgimento da expressão pós-modernidade, havendo quem defenda que esta expressão apareceu no fim da década de 50 na literatura norte-americana, tendo, na década de 60, se expandido para as artes, sociologia, política e ciências em geral.

<sup>4</sup> ROHRMANN, Carlos Alberto; CAMPOS, Miriam de Abreu Machado e. Biometrical Data, Electronic Voting Machines and the Right to Vote. In: KIERKEGAARD, Sylvia (Ed). *Business and Law: Theory and Practice*, IAITL: Long Island New York, 2008, p. 506.

ilustrada por diversos termos, como sociedade de consumo, sociedade da informação, sociedade pós-industrial, dentre outros.

Gilles Lipovestky (2007)<sup>5</sup> observa que o termo sociedade de consumo apareceu pela primeira vez nos anos 1920, tendo se popularizado nos anos 1950-1960. Sociedade de consumo é, pois, um dos diversos termos utilizados para definir a forma de estar no mundo da sociedade contemporânea, quando esta passou a ser estruturada com base na cultura consumista. Lívia Barbosa (2004)<sup>6</sup> elucida que, ao contrário dos termos “sociedade pós-moderna” e “pós-industrial”, que sinalizam a ultrapassagem de uma época histórica, o termo “sociedade de consumo” remete o leitor para uma dimensão específica com algumas características da sociedade contemporânea.

O termo “sociedade de consumo” pode gerar certa dúvida, se atentarmos para o fato de que consumir é natural à própria existência humana. Neste caso, o termo se prestaria a denominar qualquer outra época histórica até então vivida. Assim, faz-se necessário distinguir os termos “consumo” e “consumismo”.

O consumo, em termos biológicos, é um ato essencial à sobrevivência de todo ser vivo, portanto, remonta aos primórdios existência da vida. Neste sentido, o sociólogo Zygmunt Bauman (2008)<sup>7</sup> ensina que “o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos”.

Morfologicamente, a palavra consumo deriva do latim *consumere*, que significa utilizar, destruir, esgotar<sup>8</sup>. O conceito econômico de consumo, por sua vez, o define como o ato econômico que permite concretizar a satisfação de determinada necessidade, através da utilização de determinado bem<sup>9</sup>.

---

<sup>5</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 23.

<sup>6</sup> BARBOSA, Lívia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 7.

<sup>7</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 37.

<sup>8</sup> BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin (Org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p. 21. Os autores ainda acrescentam a origem inglesa do termo *consummation*, que possui uma conotação positiva de somar, adicionar, crescer.

<sup>9</sup> Fonte: Disponível em: <<http://www.knoow.net/cienceconempr/economia/consumo.htm>>. Acesso em: 05 ago. 2010.

O Direito não define o consumo, mas propõe o conceito de consumidor como sendo “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”<sup>10</sup>.

Dentre estes conceitos, todos convergem no sentido de definir o consumo como um ato que permite concretizar as necessidades e alguns desejos humanos. Independentemente da existência de relações jurídicas e dos efeitos econômicos, o consumo visa, primordialmente, a atender às necessidades de sobrevivência. Trata-se, pois, de um atributo do ser humano.

O consumismo, por sua vez, é caracterizado por um conjunto de atitudes e comportamentos que revelam a compulsividade no ato de consumir, que torna-se descontrolado, irracional e excessivo.

Bauman (2008)<sup>11</sup> define o consumismo como um atributo da sociedade:

Pode-se dizer que o ‘consumismo’ é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, ‘neutros quanto ao regime’, transformando-se na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução políticas de vida individuais

De fato, quando o consumo torna-se a principal forma de preenchimento do vazio existencial do indivíduo, passando também a definir o seu *status* social e sua imagem perante a coletividade, caracteriza-se a sociedade de consumo. O homem, antes visto como uma força de trabalho do processo industrial, passa a participar deste mesmo processo como uma força de consumo. É um modelo que dá primazia à aparência advinda das escolhas de consumo do indivíduo. O seu valor perante a sociedade estará na imagem que ele vende ao meio social, levando as pessoas a tornarem-se verdadeiras mercadorias<sup>12</sup>.

Bauman (1999)<sup>13</sup> esclarece que na sociedade moderna, por ele denominada “sociedade de produtores” os membros eram engajados eminentemente como

---

<sup>10</sup> Art. 2º do Código de Defesa do Consumidor Brasileiro.

<sup>11</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 41.

<sup>12</sup> Esta realidade da sociedade de consumo será aprofundada no estudo das características do modelo social nos próximos itens.

<sup>13</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999, p. 87-88.

soldados ou trabalhadores. A sociedade pós-moderna, por sua vez, utiliza menor quantidade de mão de obra industrial e militar, inserindo seus membros na condição de consumidores. Não se trata, simplesmente, de abandonar um papel para assumir outro a partir de uma mudança radical de comportamento, mas de enfatizar e priorizar o consumo na vida familiar e social. Esta alteração comportamental reflete em todos os aspectos culturais e individuais, transformando a sociedade em uma sociedade de consumo.

A denominação “sociedade de consumo” serve, pois, para caracterizar a dimensão da sociedade pós-moderna que tem o consumo como fator determinante na definição do papel do indivíduo na sociedade. O consumo torna-se um fim em si mesmo e, por isso, pode-se afirmar, como Bauman, que o consumismo é um atributo da sociedade de consumo. Os atos de consumo serão definidores da posição social e da auto-identificação, estando presente em todos os aspectos da vida do ser humano.

Propõe-se, a partir de então, a busca das raízes da sociedade de consumo e as razões predominantes para o ingresso neste modelo social, bem como os atributos e valores por ela defendidos. Indagam-se os motivos que levaram o consumo a tornar-se a principal força operativa da sociedade e as conseqüências da adoção deste modelo.

## 2.2 Do consumo para o consumismo: a sociedade de consumo

Desde a baixa Idade Média, com o surgimento dos burgos, até a consolidação da burguesia, com as Revoluções Gloriosa, no Reino Unido (1695-1740), Industrial (Século XVIII) e Francesa (1789-1799), a visão do homem na sociedade passou por uma profunda modificação que veio a se consolidar na pós-modernidade.

Com efeito, até a Idade Média, o valor social do homem relacionava-se com a sua posição na sociedade estratificada. O título, o refinamento da cultura das classes nobres e a educação ditavam o valor do indivíduo na sociedade de forma mais marcante que o patrimônio. Até o advento do mundo moderno, as desigualdades sociais eram respaldadas em duas bases: nos sistemas de privilégios ou com fundamento na riqueza patrimonial, sendo a regra das civilizações antigas a

divisão em estamentos, ordens ou castas<sup>14</sup>. No mundo feudal a grande marca da estratificação social era a existência de privilégios de classes e a igualdade entre os homens chegava a ser considerada um desvalor<sup>15</sup>.

O surgimento da burguesia e das revoluções históricas por ela lideradas originou um novo paradigma social. Esta nova classe passou a fazer parte do cenário político europeu. A título de exemplo, a Revolução Gloriosa no Reino Unido instituiu a monarquia parlamentar, limitando o poder do Rei pelo parlamento, que, por sua vez, tinha burgueses em sua maioria de membros. Do mesmo modo, a Revolução Francesa teve como escopo suspender os privilégios feudais, declarando a igualdade entre os homens e proporcionando a inserção da burguesia como classe social. A Revolução Industrial, por sua vez, teve como grande consequência a adoção do capitalismo como modo de produção dominante e o intenso desenvolvimento da atividade industrial. A partir da abolição dos privilégios feudais, a desigualdade social passou a ser respaldada, além da posse de bens materiais, no monopólio do conhecimento tecnológico<sup>16</sup>. Ou seja, a desigualdade econômica gerou a discriminação social através da divisão entre as classes proprietárias abastadas e as operárias, estas compostas por uma vasta multidão de miseráveis. A crescente industrialização, assim, deslocou a marca da desigualdade social do modelo da estratificação para a divisão de classes sociais entre burgueses, proletários e as pequenas classes médias<sup>17</sup>.

A partir de então, a produção e a oferta de produtos e serviços passaram a ser feitas em larga escala e os hábitos de consumo sofreram uma profunda mudança. Em 1848, Marx já advertia no Manifesto Comunista que, no capitalismo industrial, o aumento constante do consumo era imprescindível para o equilíbrio e a sobrevivência do sistema. Assim, o movimento de formação do mercado mundial conduziria não somente à homogeneização das técnicas de produção, como

---

<sup>14</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 559. O autor explica que o estamento difere-se da classe social na medida em que aquele é regido por um direito próprio, ao passo que na sociedade de classes há um sistema jurídico comum a todas elas.

<sup>15</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 562.

<sup>16</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 566.

<sup>17</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 550.

também dos hábitos de consumo<sup>18</sup>. O Manifesto Comunista observava, ainda, que este movimento mercadológico vinha acompanhado da tendência de uniformização universal de costumes, valores e expressões culturais<sup>19</sup>.

Uma das consequências do capitalismo industrial e da padronização do consumo foi, então, a criação da sociedade de massas. Ao contrário das sociedades antigas, que possuíam uma composição heterogênea, esta nova a sociedade apresenta-se como um todo “homogêneo e inorgânico”<sup>20</sup>, cujos membros carecem de personalidade e de consciência da própria identidade. O amplo acesso aos bens de consumo enfraqueceu as antigas divisões sociais, que passaram a ser concebidas em parâmetros diversos<sup>21</sup>. Desta forma, grande parte da população ganhou o direito de participar desta sociedade, adquirindo bens e seguindo modelos de comportamento generalizados, o que gerou a nova cultura de massas.

O estudo dos ciclos históricos da sociedade de consumo tentará elucidar o processo de massificação para, posteriormente, adentrar nas características da sociedade de consumo.

## 2.2.1 Etapas históricas da sociedade de consumo

### 2.2.1.1 Primeiro ciclo: de 1880 até a Segunda Guerra Mundial

Gilles Lipovetsky (2007)<sup>22</sup> divide a evolução da sociedade de consumo em massa em três etapas históricas. O primeiro ciclo perdurou do ano 1880 até a Segunda Guerra Mundial. Percebeu-se durante este período uma evolução expressiva das estruturas de comunicação e transporte, como os correios, o telégrafo, o telefone e as estradas de ferro, bem como a fabricação regular de

---

<sup>18</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 416.

<sup>19</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 416.

<sup>20</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 551.

<sup>21</sup> As novas formas de segregação e divisão social serão vistas nos próximos itens.

<sup>22</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 28.

automóveis e aviões. Estes novos recursos tecnológicos permitiram o crescimento do comércio em larga escala e a ampliação da rede de comunicação entre os povos. O desenvolvimento do maquinário industrial gerou um grande aumento da produtividade e com os custos mais baixos, tornando os bens acessíveis a uma parcela maior da população<sup>23</sup>.

O significativo aumento da produção também foi possível devido aos grandes fluxos migratórios, da Europa para as Américas e da Índia e China para o hemisfério sul, originando mão de obra farta e barata para a indústria.

O capitalismo de consumo, todavia, não surgiu apenas em virtude das técnicas industriais capazes de aumentar expressivamente a produção através das mercadorias padronizadas, mas, essencialmente, em virtude da construção cultural e da educação dos consumidores a partir de uma filosofia comercial que rompeu com o modelo anterior<sup>24</sup>. A técnica de produção é baseada na venda de grande quantidade de produtos a preços baixos, gerando uma margem de lucro mínima por produto, porém expressiva pelo volume total da venda.

Outra característica desta fase foi o desenvolvimento da publicidade de massa através da criação de marcas, que passaram a ser popularizadas e conhecidas em âmbito internacional, como a Coca-Cola, a Quaker Oats e Procter e Gamble<sup>25</sup>. Os produtos, antes vendidos a granel, passam a ser distinguidos pela marca e vendidos em embalagens dos fabricantes, dando início às relações diretas entre o fabricante do produto e seu cliente através da fidelização às marcas<sup>26</sup>.

Outro marco desta fase, e que serviu para consolidar ainda mais a filosofia comercial capitalista, foi a criação dos grandes *magazines* nos Estados Unidos e na Europa, que vendiam grande variedade de produtos a preços baixos. Segundo

---

<sup>23</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 28. Ainda assim, não se podia afirmar que parcela expressiva da população tinha acesso aos bens de consumo na Europa. Na França até 1954 somente 7% dos lares possuíam refrigerador). A aquisição de bens pela população em geral somente foi observada na segunda fase, quando se percebeu um incremento nos salários e uma maior diminuição dos custos da produção em virtude da adoção do modelo tayloriano-fordista.

<sup>24</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 28.

<sup>25</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 29.

<sup>26</sup> "Com a tripla invenção da marca, do acondicionamento e da publicidade, apareceu o consumidor dos tempos modernos, comprando o produto sem a intermediação obrigatória do comerciante, julgando os produtos a partir de seu nome mais que a partir de sua composição, comprando uma assinatura no lugar de uma coisa" LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 30.

Lipovetsky (2007)<sup>27</sup>, os *magazines* influenciaram decisivamente na alteração do estilo de vida e na criação do “consumo-sedução” e do “consumo-distração”<sup>28</sup>:

O grande magazine não vende apenas mercadorias, consagra-se a estimular a necessidade de consumir, a excitar o gosto pelas novidades e pela moda por meio de estratégias de sedução que prefiguram técnicas modernas do marketing. Impressionar a imaginação, despertar o desejo, apresentar a compra como um prazer, os grandes magazines foram, com a publicidade, os principais instrumentos da elevação do consumo a arte de viver e emblema da felicidade moderna. Enquanto os grandes magazines trabalhavam em desculpabilizar o ato de compra, o shopping, o ‘olhar das vitrines’ tornaram-se uma maneira de ocupar o tempo, um estilo de vida das classes médias.

### 2.2.1.2 Segundo ciclo: Pós Segunda Guerra até o final da década de 70

Por volta do ano 1950, no período pós Segunda Guerra, até o final da década de 70 acontece a segunda fase do ciclo da sociedade de consumo<sup>29</sup>.

Fábio Konder Comparato (2006)<sup>30</sup> explica que a guerra, planejada e executada “com os mais aperfeiçoados recursos da tecnologia, tem sido, desde o início um dos principais estímulos ao desenvolvimento do capitalismo”, já que o êxito bélico tornou-se dependente da indústria tecnológica de armamentos. Assim, a partir do estímulo do desenvolvimento tecnológico advindo da segunda guerra, é estabelecido um novo ciclo do consumo em âmbito mundial, quando o capitalismo entrou em um período de fenomenal expansão e relativa estabilidade monetária, são os chamados “anos gloriosos”<sup>31</sup>. Os Estados Unidos da América foram os precursores da sociedade de consumo e, aos poucos, a cultura consumista foi se expandindo por todo o mundo. A partir de então, pôde ser experimentada uma

<sup>27</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 31

<sup>28</sup> Nesta fase foram criados grandes magazines como a Macy's e o Bloomingdale's, que com a filosofia dos preços baixos e da sedução das vitrines foram consolidando o consumo como parte do cotidiano das massas e gerando a sedução do consumo.

<sup>29</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 32.

<sup>30</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 419.

<sup>31</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 423.

profunda imersão no universo do consumo, jamais vista antes, o que culminou também na alteração dos valores, da cultura e do comportamento.

Nesta fase, denominada por Lipovetsky como “sociedade da abundância”<sup>32</sup>, percebeu-se um grande desenvolvimento econômico em virtude do crescimento excepcional da produção e do trabalho. Aumentou-se o poder de compra e os bens de consumo passaram a ser acessíveis à grande maioria da população, de forma que e as massas se viram imersas no universo dos bens duráveis, do lazer, da moda e do crédito, que passou a ser amplamente difundido.

A difusão do modelo tayloriano-fordista de organização da produção contribuiu efetivamente para o crescimento da sociedade de consumo, por ter sido a chave para a excepcional alta da produtividade e o aumento dos salários. Através deste modelo, os produtos passaram a ser produzidos de maneira padronizada, instalando-se, a “lógica-moda”, ou seja, a criação de meios para reduzir a vida útil das mercadorias a fim manter a produção e o consumo sempre em níveis elevados.

Nesta fase, a sociedade de consumo se consolida na vida cotidiana. O imaginário da felicidade consumista, do conforto, do erótico, das modas, dos sonhos, gerou o rompimento definitivo com o paradigma anterior. Libertou-se do antigo, do recalque e da poupança para um modelo em que se oferece ao homem a felicidade imediata. A euforia publicitária, a imagem luxuriante das férias e a sexualização dos signos<sup>33</sup> e dos corpos estimulam os anseios e criam os mais variados desejos de consumo.

O prazer passa a ser sinônimo de felicidade e, por isso, é buscado como um objetivo do ser humano. A coerção é substituída pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pelo dispêndio, a solenidade pelo humor, o recalque pela liberação, as promessas do futuro pelas promessas do presente<sup>34</sup>. Nesta fase, o crédito passa a ser encorajado a partir da instalação da mentalidade da urgência na aquisição dos bens e da lógica da moda, que exige a constante renovação dos estilos. O crédito possibilita a realização dos desejos sem demora, na mesma proporção da moda, até que o consumo torna-se efetivamente estilo de vida e razão de viver.

---

<sup>32</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 32.

<sup>33</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 35.

<sup>34</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 35.

É também durante este período que tem início a revolução tecnológica da informática, computação de dados e o desenvolvimento da rede de computadores ligados por meio de linhas telefônicas, a internet, que revolucionou definitivamente a comunicação e o valor da informação<sup>35</sup>. A difusão maciça da tecnologia, com o computador pessoal, os softwares e as ferramentas da internet alterou profundamente, não somente o modo de organizar a produção e as atividades econômicas, mas também a cultura e os relacionamentos interpessoais, o lazer e o trabalho. Este passa a ser organizado em redes, a comunicação e a informação a serem acessíveis em instantes. Os relacionamentos interpessoais ganham a dimensão da virtualidade, assim como o lazer, abrindo as portas para a atual fase da sociedade de consumo<sup>36</sup>.

### 2.2.1.3 Terceira fase: a partir do final da década de 70

A terceira fase da classificação de Lipovetsky é denominada “sociedade de hiperconsumo”. Neste período, iniciado no fim da década de 1970, o consumo e a tecnologia tomaram conta da vida do ser humano e das áreas de sua existência. Prefiro denominá-la como “sociedade de consumo”, considerando que as características a serem apresentadas divergem daquelas especificadas pelo autor. Os próximos itens deste capítulo serão dedicados a traçar um panorama da sociedade de consumo durante esta terceira fase, passando, anteriormente, por breves considerações a respeito da sociedade de consumo no Brasil.

### 2.2.2 A sociedade de consumo no Brasil

No Brasil, o modelo de desenvolvimento iniciado na década de 1930, teve como base a industrialização financiada pelo Estado, pelo capital internacional e por

---

<sup>35</sup> DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na sociedade da informação*. 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2001, p. 38.

<sup>36</sup> COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p. 421.

poupança interna obrigatória<sup>37</sup>. Conforme ensina José Reinaldo Lima Lopes (1996)<sup>38</sup>, era preciso ampliar o mercado consumidor, até então muito restrito devido às dimensões da pobreza e da concentração de renda, de modo que a solução encontrada foi a expansão do crédito ao consumo. Por esta razão, percebeu-se, especialmente a partir da década de 1950, o aumento súbito do consumo de bens duráveis e não duráveis. Este desenvolvimento da indústria brasileira, verificado principalmente a partir da Segunda Guerra Mundial, permitiu o acesso da população a uma maior gama de bens, como aparelhos eletrônicos e eletrodomésticos. Esta acessibilidade deveu-se ao menor custo dos bens, até então eram adquiridos mediante importação, bem como da abertura do crédito. A partir de então, o Brasil também ingressou na sociedade de consumo.

O presente estudo propõe, a partir de então, uma análise sobre o conceito e as características da sociedade de consumo, os valores por ela defendidos e as consequências advindas do modelo com o intuito de permitir um exame mais profundo de um fenômeno característico da sociedade de consumo e que constitui o objeto central do trabalho: o superendividamento.

### 2.3 As Características da sociedade de consumo

Segundo Bauman (2008)<sup>39</sup>, a sociedade de consumidores é um modelo que impõe um estilo de vida ao qual o consumidor deve afiliar-se para ser inserido, devendo, ainda, procurar inserir-se na melhor posição. Para tanto, ele deve adotar exclusivamente a cultura consumista como forma de vida, em detrimento de quaisquer outras. O autor define a sociedade de consumidores como aquela que apresenta “um conjunto peculiar de condições existenciais em que é elevada a probabilidade de que a maioria dos homens e das mulheres venha a abraçar a

---

<sup>37</sup> LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 17, jan.-mar. 1996, p. 61.

<sup>38</sup> LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 17, jan.-mar. 1996, p. 61.

<sup>39</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 71.

cultura consumista em vez de qualquer outra, e de que na maior parte do tempo obedecem aos preceitos dela com máxima dedicação”<sup>40</sup>.

A cultura consumista<sup>41</sup>, por sua vez, é o modo próprio de pensar ou agir adotado pelas pessoas nesta sociedade, que se comportam de forma irrefletida ou sem pensar em qual seria o seu objetivo de vida e os meios de alcançá-lo, bem como aquilo que é relevante, ou que os satisfaz enquanto seres humanos<sup>42</sup>. É portar-se de acordo com aquilo que é imposto pela sociedade de consumo e tido como um ideal proposto por ela, sem uma reflexão crítica.

Alguns fatores caracterizam a sociedade de consumo: a) a produção em série de produtos; b) distribuição em massa de produtos e serviços; c) formalização da aquisição destes produtos e serviços por meio de contratos de adesão; d) publicidade em grande escala na oferta dos mesmos; e) oferecimento de crédito generalizado ao consumidor<sup>43</sup>. A partir de uma análise sociológica, percebe-se que estes fatores geram características que diferenciam a sociedade de massas dos demais modelos sociais. Algumas delas serão adiante estudadas: a) A abundância e o desperdício e a forma de interpelação do homem como consumidor; b) as formas peculiares de inserção e segregação social; c) o tempo; d) a liquidez das relações.

### 2.3.1 Abundância, desperdício e a forma de interpelação do homem como consumidor

A sociedade de consumo é também a sociedade da abundância e, conseqüentemente, do desperdício. Nos supermercados, lojas, *shopping-centers*, verifica-se uma enorme gama de objetos das mais diversas cores, modelos, marcas, utilidades na qual o excesso é evidente, gerando uma fascinação naquele que

---

<sup>40</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 70

<sup>41</sup> O conceito de cultura consumista também é apresentado por BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 70.

<sup>42</sup> A visão de Bauman, exposta também em seu trabalho é que a grande característica da sociedade de consumo não é a intensidade no ato de consumir, mas a ausência de justificativa ou critérios para conferir qualquer objetividade ao consumo que não seja o prazer proporcionado. O consumo torna-se um fim em si mesmo.

<sup>43</sup> SODRÉ, Marcelo Gomes. *Formação do sistema nacional de defesa do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 67.

enxerga prosperidade e sedução em cada ambiente que alude ao consumo. As cores, as formas, a organização dos objetos são inteiramente voltados para o consumo e recebem uma ordenação que induz o consumidor a sentir-se necessitado de complementar um objeto com os demais (a exemplo, a televisão deve complementar-se com o DVD, o home theater, o conjunto de móveis, tapetes, adornos, aparelho de telefone, iluminação e toda a organização do espaço para que fique atrativo como uma vitrine agradável e fascinante)<sup>44</sup>. Os objetos não possuem o mesmo “brilho” e nem são dotados de tanto interesse se pensados de maneira individual.

Do mesmo modo, os locais de compras e serviços são organizados para “facilitar” a vida do consumidor e levá-lo a desejar e consumir aquilo que oferecem. O exemplo mais perceptível são os *shopping-centers*. Estes locais oferecem toda uma rede de opções de compras, serviços, lazer e facilidades para toda a família, tornando-se, assim, a principal opção de lazer do homem moderno. Portanto, o consumo passa a fazer parte da vida cotidiana do indivíduo.

Segundo Baudrillard (1995)<sup>45</sup>, o consumo, apresentado como um direito do cidadão é recebido pelo homem como um dever. Todos são chamados a consumir, até mesmo os mais pobres são compelidos a gastar o pouco que têm em atos de consumo. O indivíduo se vê obrigado a gozar do bem estar proporcionado como forma de satisfazer a necessidade maior, que é inserir-se na sociedade de consumo. Aquele que não responde a este apelo é apontado pela sociedade como um “consumidor-falho”<sup>46</sup>, o que será explanado nos próximos itens.

A cultura consumista é apresentada ao indivíduo desde a sua infância, através da publicidade, da internet, da diversão e dos próprios valores em que se pautam as relações sociais. Os meios sociais e familiares oferecem todas as condições para que o ser humano venha a abraçar a cultura consumista. A criação da auto-imagem do indivíduo como consumidor vem, sobretudo, da comunicação em

---

<sup>44</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 17. O autor observa que são raros os objetos oferecidos isoladamente, de modo que a relação do consumidor não se refere a um objeto de utilidade específica, mas ao conjunto de objetos em sua significação total.

<sup>45</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 80.

<sup>46</sup> Consumidores falhos, segundo Bauman são os “consumidores insatisfatórios, aqueles cujos meios não estão à altura dos desejos, e aqueles que recusaram a oportunidade de vencer enquanto participavam do jogo de acordo com as regras oficiais. BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós modernidade*. Tradução de Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998, p. 57.

massa, os *mass media*. Baudrillard (1995)<sup>47</sup> explica que a mensagem transmitida por esta comunicação não decorre do seu conteúdo em si, do produto que é oferecido, mas da mudança estrutural que pretende causar no comportamento e no estilo de vida do receptor da mensagem. A forma de difusão, o conteúdo e o público a que se destina a comunicação escondem a real função da publicidade. Esta serve apenas de suporte para o grande objetivo, que é a mudança de hábitos, desejos e preferências do consumidor. Assim, em um anúncio de brinquedos infantis, carros, aparelhos celulares, a mensagem transmitida não é exatamente a venda destes objetos, mas os novos modos de relação com os objetos de desejo e a criação de uma mentalidade inteiramente voltada para o consumo.

Theodor Adorno (2002)<sup>48</sup> ressalta que a publicidade funde-se com a própria cultura na sociedade pós-moderna e se faz “tanto mais onipotente quanto mais parece absurda, onde a concorrência é apenas aparente”. Com efeito, o autor elucida que na sociedade em que havia competição, a publicidade preenchia a função social de orientar o comprador a fazer sua escolha e ajudava o fornecedor a inserir o seu produto no mercado<sup>49</sup>. Agora, ela apenas “reforça o vínculo que liga os consumidores às grandes firmas”<sup>50</sup>.

Assim, o indivíduo começa a criar uma relação íntima com as marcas, os produtos e os hábitos apresentados pela cultura consumista. Através da publicidade, a relação com os objetos torna-se parcela importante na vida do ser humano. Ela incute na cultura novas necessidades e hábitos, de forma tal, que o sujeito sequer vislumbra sua existência sem a presença destes objetos e sem os hábitos de vida que lhe foram apresentados.

O homem, que nos modelos sociais anteriores encontrava-se rodeado por pessoas, na sociedade de consumo é imerso em um mundo de objetos. A máquina passa a substituir o contato pessoal e o mundo social se desmaterializa pela informatização. “O homem volta a ser rei exibindo a sua intimidade com os objetos

---

<sup>47</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 129-131

<sup>48</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 39. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

<sup>49</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 39. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

<sup>50</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 39. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

de consumo”<sup>51</sup>, enquanto as relações pessoais adquirem a dimensão da virtualidade. Conforme será visto adiante, esta situação vai gerar uma profunda alteração na forma de se conceber os relacionamentos.

### 2.3.1.1 O sentido da abundancia

A abundância e o desperdício, por sua vez, não constituem um mero sinal do imenso volume de bens oferecidos. A função do desperdício não é ser uma consequência da abundância, mesmo porque é visto na atualidade como algo repreensível, já que são profundamente sentidos os efeitos da devastação ambiental. Porém, não se nega a realidade do desperdício como parte essencial da cultura consumista, tanto em âmbito individual quanto em escala mundial<sup>52</sup>.

E o motivo para tanto é que o desperdício constitui, na sociedade de consumo, um valor em si, o que também ocorre com a abundância. Ou seja, ele recebe uma “função positiva”<sup>53</sup>, tornando-se um fator de diferenciação no plano social. Baudrillard (1995)<sup>54</sup> observa que os seres não se organizam meramente em função da sua sobrevivência, mas em função do sentido individual e coletivo que dão à vida, criando valores coletivos no meio social. A abundância e o desperdício tornam-se valores coletivos e recebem esta “função positiva” na medida em que o excesso passa a ser sinônimo de prestígio. Ou seja, a abundância, o desperdício, o “gasto para nada” e o supérfluo tornam-se fatores de diferenciação no plano social. O excedente é um símbolo de esbanjamento que vem carregada com a marca do prestígio e do reconhecimento. Por tais razões, não há interesse em cessar a abundância e o desperdício na sociedade de consumo, ainda que sejam repreensíveis do ponto de vista ambiental. Conforme será visto no próximo tópico, o

---

<sup>51</sup> DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na sociedade da informação*. 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2001, p. 17.

<sup>52</sup> Baudrillard explica que em todas as épocas históricas o homem sempre consumiu, gastou e dilapidou mais do que o estritamente necessário, pois o excesso confere ao ser humano a sensação de não apenas existir, mas viver. Na sociedade de consumo, o supérfluo e a inutilidade tomam o lugar da produção de valores e das diferenças no plano individual e social. BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 38-39.

<sup>53</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 39.

<sup>54</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 38-41.

objetivo do consumidor não é a acumulação de objetos, mas a sua constante substituição, o que demonstrará como a abundância e o desperdício tornam-se valores no inconsciente coletivo e fatores de segregação social.

### 2.3.1.2 Abundancia e massificação: a cultura de massas

“A abolição do privilégio cultural por liquidação e venda a baixo preço não introduz as massas nos domínios a elas anteriormente fechados, mas contribui nas condições sociais atuais, à própria ruína da cultura<sup>55</sup>”. É como Theodor Adorno define os efeitos da massificação da indústria cultural.

O autor observa que toda civilização de massa em sistema de economia concentrada é idêntica. Nelas, “o cinema e o rádio não mais têm necessidade de serem empacotados como arte<sup>56</sup>, já se auto-definem como indústrias, o que se percebe pelas próprias cifras de rendimento publicadas. Assim, como as mercadorias em geral, a indústria cultural chegou à produção em série e ao estereótipo advindo da padronização de modo que a “arte” não mais evidencia um estilo autêntico do artista, mas a mediocridade da semelhança de outras. A autenticidade que caracteriza a obra do artista é perdida pela indústria que absolutiza a imitação<sup>57</sup>. A identidade universal da indústria cultural sobrepõe-se à individual do artista, gerando a massificação da arte, o que significa, a perda da identidade artística.

A arte, antes acessível à parcela nobre da população, é adaptada pela indústria da imitação a preços reduzidos, tornando-se acessível ao público em geral. Aquele que pagava um alto preço pelo acesso à arte “tributava ao espetáculo pelo menos tanto respeito quanto o dinheiro do ingresso” e buscava extrair algo daquela arte, procurando relacioná-la com a própria vida. Na indústria cultural, observa o autor, “desaparece tanto a crítica como o respeito: àquela sucede a *expertise*

---

<sup>55</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 38. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

<sup>56</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 5-6. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

<sup>57</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 14. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

mecânica, a este, o culto efêmero da celebridade”<sup>58</sup>. Não existe nada que seja estimado para os consumidores, que alegram-se por terem tanta coisa para ver e ouvir, tornando-se sujeitos alienados.

A indústria cinematográfica, além de absolutizar a imitação nos filmes, que carregam os mesmos clichês nas histórias, deve gerar no telespectador o desejo de se identificar com a celebridade e buscar imitá-la em todos os aspectos de sua vida, gerando, assim, a cultura da imitação por excelência. De fato, “a vida, tendencialmente, não deve mais poder se distinguir do filme”<sup>59</sup>. As técnicas usadas na indústria cultural têm o desígnio de fazer o ouvinte crer que o “mundo de fora é o simples prolongamento daquele que se acaba de ver no cinema”<sup>60</sup>. Por isso, a pseudo-arte hoje, é o grande instrumento de difusão da cultura consumista e de alienação das massas. Ela induz o sujeito a crer que sua vida também é constituída do “ser” e do “ter, do lazer e da alegria apresentados na indústria cultural, fazendo-o aderir incondicionalmente à cultura consumista com o intuito de “ser feliz para sempre”.

### 2.3.2 As formas peculiares de inserção e segregação social: o homem visto como consumidor

Na sociedade pós-moderna, o homem assume o papel de consumidor e assim é interpelado pelo meio social. O ato de consumir, promovido como um direito, configura, em verdade, um dever daquele que pretende se manter afiliado.

Neste sentido, ensina Bauman (2008)<sup>61</sup>, que consumir significa “investir na afiliação social de si próprio”, que serve para o “valor social e a auto-estima do indivíduo”. A conclusão a que chega o autor em sua obra é que o objetivo primordial na sociedade de consumidores é a elevação das próprias pessoas à condição de mercadorias vendáveis. Com efeito, na sociedade da aparência, o reconhecimento,

---

<sup>58</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 38. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

<sup>59</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 10. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

<sup>60</sup> ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 10. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

<sup>61</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 75-76.

a identidade e o valor do indivíduo encontram-se na imagem que ele vende para o meio social, através das suas escolhas de consumo, levando as pessoas a tornarem-se verdadeiras mercadorias. Para tanto elas devem se remodelar e se reinventar na mesma medida, na mesma intensidade e rapidez em que surgem os objetos de desejo. Elas devem tornar-se uma mercadoria vendável e permanecer nesta condição, não apenas para que tenham espaço e reconhecimento, mas também para garantirem a posição e o *status* conquistado. As pessoas se elevam à condição de mercadorias para serem desejadas no campo profissional, afetivo e no meio social. O indivíduo necessita ser aceito e reconhecido no “mercado” de trabalho, através de um vasto currículo e uma enorme gama de qualificações. No meio social, o valor das pessoas está na sua adesão à moda, aos objetos, de modo que ela passa a ser aquilo que possui<sup>62</sup>. Igualmente no campo afetivo, o ser humano torna-se uma mercadoria, para que seja desejado e aceito pelo outro a partir da sua aparência e da imagem vendida.

### 2.3.2.1 Consumo e identidade: a filiação social e os novos modelos de divisão social

Pode-se dizer, ainda, que, na sociedade de consumo, a identidade do homem sofreu um processo de individualização. Nas sociedades tradicionais, conforme ensina Livia Barbosa (2004)<sup>63</sup>, a identidade do indivíduo era atribuída pela pertença a grupos de *status* e o consumo era determinado a partir desta realidade e regulado por leis suntuárias. Na pós-modernidade, inexistente a estratificação social nos mesmos moldes das sociedades tradicionais, de forma que a identidade é definida a partir das escolhas individuais do sujeito. As opções de consumo passam a ser definidoras da posição social. De fato, a sociedade pós-moderna é caracterizada pela

---

<sup>62</sup> Livia Barbosa apresenta uma “perspectiva positiva”, que, em sentido diverso, define a cultura do consumo como um “universo no qual predomina a autonomia de escolha e a soberania do consumidor”, ou seja, a sociedade não seria materialista e o valor social definido por aquilo que as pessoas têm, conforme definido no corpo do texto, mas há uma liberdade na escolha da identidade do indivíduo. Esta visão critica a tese ora defendida, sob o fundamento que autores como Baudrillard e Zygmunt Bauman apresentam um “perspectiva negativa” a respeito da cultura do consumo. BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 32.

<sup>63</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 35

diversidade dos grupos sociais, levando o sujeito, quando na inserção em um grupo, a fazer suas escolhas de consumo e, a partir delas, encontrar a sua identidade.

Baudrillard (1995)<sup>64</sup>, por sua vez, defende que a busca da personalidade perante a coletividade na sociedade de consumo é feita através dos signos. A sociedade propõe a ideologia da personalização das pessoas a partir de signos. A busca da personalidade individual está naquilo que a diferencia das demais. E a diferença não se encontra necessariamente nos objetos, mas naquilo que eles representam em termos de distinção dos indivíduos. Esta diferenciação dos signos e sua estruturação social são ditadas por modelos gerais aderidos inconscientemente pela sociedade. Trata-se, pois, de uma adesão aos modelos propostos para se definir a personalidade do indivíduo. Segundo ele, a conduta de consumo, aparentemente voltada para o prazer, encobre a sua real finalidade que é o “código social de valores” representado pelos signos. Ou seja, a função do consumo não é o prazer que ele proporciona. É a representação social dos valores criados pela sociedade em função dos objetos e das condutas de consumo. É, portanto, a comunicação que o consumo representa entre o grupo social. Ele implica a representação para os demais do alcance pelo indivíduo dos valores criados pela sociedade de consumo<sup>65</sup>. Assim, é nas escolhas de consumo que se encontra o valor social do homem.

Nesta sociedade, relata Lipovetsky (2007)<sup>66</sup>, até os mais pobres possuem o dever de gastar o que possuem em atos de consumo, pois é a partir das escolhas de consumo que se encontra a identidade do indivíduo e a sua personalização perante o meio social:

[...] mesmo excluída do universo do trabalho, a população dos centros de cidade e dos subúrbios desqualificados partilha os valores individualistas e consumistas das classes médias, a preocupação com personalidade individual e auto-realização (...) o consumo é, nas condições presentes, o que constrói uma grande parte de sua identidade: quando faltam outras vias de reconhecimento, ‘torrar a grana’ e consumir impõem-se com finalidades preeminentes. (...) o consumo é igualmente revestido do que permite escapar ao desprezo social e à imagem negativa de si.

---

<sup>64</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 78

<sup>65</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 80.

<sup>66</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 192

O autor observa, ainda, que a obsessão do consumo presente na atualidade até nas populações marginalizadas representa a exigência ampliada de consideração e respeito, típica deste processo de individualismo. Este segmento populacional é dotado do desejo de imitar aquilo que o rico, o famoso e o indivíduo que representa a moda possuem, numa intensa corrida contra a marginalização. O indivíduo busca ao máximo não ser inferiorizado e atingido em sua dignidade. “É assim que a sociedade de hiperconsumo é marcada tanto pela progressão dos sentimentos de exclusão social quanto pela acentuação dos desejos de identidade, de dignidade e de reconhecimento individual”<sup>67</sup>.

### 2.3.2.2 A liberdade no consumo e a reinvenção da identidade

“O eixo da estratégia de vida pós-moderna não é fazer a identidade deter-se, mas evitar que se fixe”<sup>68</sup>. As palavras de Bauman demonstram que a sociedade de consumo impõe uma constante renovação da identidade do indivíduo, pois esta não deve “aderir depressa demais ao corpo”<sup>69</sup>. Ou seja, a identidade deve ser renovada na mesma medida em que a moda se recicla e que a cultura se altera, mantendo o indivíduo no constante movimento da reinvenção dos objetos. “O nome do jogo é mobilidade: a pessoa deve poder mudar quando as necessidades impelem, ou os sonhos os solicitam”<sup>70</sup>. E completa, dizendo que a isso é dado o nome de liberdade, que teria o significado de realização de desejos.

Baudrillard (1995)<sup>71</sup> observa que, contudo, “a liberdade e a soberania do consumidor não passam de mistificação”, pois não é o consumo que controla a produção, mas o contrário. As grandes corporações produtivas controlam o

---

<sup>67</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 192.

<sup>68</sup> BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós modernidade*. Tradução de Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998, p. 114.

<sup>69</sup> BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós modernidade*. Tradução de Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998, p. 114.

<sup>70</sup> BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós modernidade*. Tradução de Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998, p. 114.

<sup>71</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 72.

comportamento do mercado de consumo<sup>72</sup>, retirando do indivíduo todo o poder de decisão. Ele é manipulado de tal forma que este poder é transferido para a ordem de produção, que dita os comportamentos, a moda, os valores, as tendências, cabendo ao consumidor somente a adesão na busca da filiação social<sup>73</sup>. Por tais motivos, observou-se, no item anterior, que a publicidade não se refere aos bens em si, mas encobre a realidade que é a manipulação do comportamento, dos hábitos das preferências do consumidor para aquilo que é ditado pela ordem produtiva. Os *mass media* possuem a função principal de gerar no consumidor o desejo de comportar-se, vestir-se, criar hábitos e fazer escolhas impostas pelo setor produtivo. Ao mesmo tempo devem proporcionar ao receptor da mensagem a certeza de estar fazendo escolhas livres e prazerosas. Desta forma, conclui-se que a pós-modernidade tem a marca suprema da liberdade e da realização dos desejos, mas em verdade, representa a prisão do consumo, na qual o homem é obrigado a aderir à ditadura da ordem de produção.

Esta resposta positiva do ser humano à sociedade de consumo, conforme ensina Bauman (2008)<sup>74</sup>, é que o inserirá na escala do desempenho consumista, e o que, por sua vez, torna-se o maior fator de estratificação social. O indivíduo será recompensado ou penalizado pela sociedade de acordo com a resposta que ele confere aos apelos consumistas. Esta resposta é essencial para definir a sua inclusão ou segregação social.

---

<sup>72</sup> É o que o autor denomina como ditadura da ordem de produção ou feira invertida (a feira clássica é aquela em que o indivíduo determina a ordem de produção). BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 71.

<sup>73</sup> Cabe aqui fazer menção às observações de Livia Barbosa em sua obra *Sociedade de Consumo*, que ressalta a existência de grandes debates acerca da liberdade do consumidor nas escolhas de consumo. Alguns autores, como os ora adotados crêem que a cultura consumista está a serviço do poder econômico. Para outros, porém, a “cultura está hoje, organizando a economia em aspectos básicos: o valor dos bens depende mais do seu valor cultural (de signo) do que do seu valor de uso ou troca. A continuar esse desenvolvimento, assistiremos a uma desmaterialização da economia” BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 36. Defende-se no presente estudo, porém, que o indivíduo possui a liberdade de escolher e formar a sua identidade a partir das diversas opções apresentadas pela sociedade. Ou seja, o indivíduo escolhe o seu estilo, a sua moda, a sua tribo, porém, estará sempre preso aos modismos daquele grupo ao qual se filiou. E a moda, a produção, os comportamentos são sempre ditados pelo setor produtivo, donde se conclui nos termos de Baudrillard, que a liberdade não passa de mistificação.

<sup>74</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 71.

### 2.3.3 O fator tempo

#### 2.3.3.1 O consumo e a substituição pelo novo: o constante rompimento com o passado

Zygmunt Bauman (2008)<sup>75</sup> defende que o tempo na sociedade pós-moderna não é um tempo linear ou cíclico, mas toma uma forma pontuada ou “pontilhista”. Segundo ele,

O tempo pontilhista é fragmentado, ou mesmo pulverizado, numa multiplicidade de ‘instantes eternos’ – eventos, incidentes, acidentes, aventuras, episódios -, mônadas contidas em si mesmas, parcelas distintas, cada qual reduzida a um ponto cada vez mais próximo de seu ideal geométrico de não dimensionalidade.

A vida seria, então, uma “sucessão de presentes”, cada instante é eterno e o homem deve se agarrar a cada ponto como sendo a única verdade, sendo desprezível o passado e irrelevante o futuro. Por isso, vive-se a urgência e a correria pelo agora na pós-modernidade, sendo uma de suas marcas o desfrute imediato do prazer e a necessidade de satisfazer impulsos com tamanha rapidez e intensidade como se fossem necessidades existenciais.

O autor afirma, a partir disso, que o objetivo primordial do homem na sociedade de consumo não é a acumulação de objetos. A posse de bens é uma característica própria da fase “sólida da modernidade”, denominado por ele de “sociedade de produtores”<sup>76</sup>. Naquele modelo, a segurança e a estabilidade do agregado familiar eram os principais objetivos dos indivíduos. “A satisfação parecia de fato residir, acima de tudo, na promessa de segurança a longo prazo, não no desfrute imediato de prazeres”<sup>77</sup>. Os bens deveriam ter longa durabilidade e os objetos de maior apreço eram aqueles que representavam uma resistência maior, como jóias e terra.

---

<sup>75</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 46.

<sup>76</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 42.

<sup>77</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 43.

Na sociedade de consumo, por outro lado, a satisfação encontra-se tanto na aquisição de novos bens como no desfazimento dos antigos. Tendo em vista a necessidade de constante reinvenção, o prazer encontra-se tanto na esfera do “adquirir” como na esfera do “livrar-se”, do rompimento com o passado. Os desejos são sempre crescentes e se alteram na mesma proporção em que surgem novos objetos. O prazer da aquisição do objeto é meramente momentâneo, fazendo surgir logo a necessidade de substituí-lo por outro, apto a satisfazer o próximo desejo e a preencher o vazio gerado pelo fenecimento do prazer que o objeto obsoleto não é mais apto a proporcionar. Por ser desprezível, o objeto “antigo”, ao ser descartado, gera prazer.

O autor observa que, em verdade, o grande propósito da sociedade de consumo não se refere à aquisição e posse de objetos e posterior eliminação dos mesmos, mas “acima de tudo a estar em movimento”<sup>78</sup>. O objetivo é evitar que o indivíduo fique satisfeito<sup>79</sup>. A constante insaciabilidade deve ser movimentada pela busca de novos objetos. A estagnação do consumidor pela satisfação o torna um “consumidor falho”<sup>80</sup> e excluído da sociedade de consumo. Assim, a vida do indivíduo deve ser voltada para sua capacidade de manter este movimento, de se inovar a cada dia e libertar-se do velho<sup>82</sup>, mediante uma constante busca de satisfação.

A “síndrome cultural consumista”<sup>83</sup>, além de erguer a novidade acima da permanência, reduz drasticamente o espaço de tempo entre o nascimento da vontade e a sua morte. Ela também reduz o espaço de tempo entre a percepção da

---

<sup>78</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 126.

<sup>79</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 126.

<sup>80</sup> O autor utiliza a expressão “consumidor falho” para definir aquele consumidor inadequado à sociedade de consumo, excluído por não ter tido a capacidade de responder adequadamente aos apelos consumistas impostos pela sociedade. Conforme visto, o consumidor de acordo com a sua resposta à interpelação da sociedade, pode ser recompensado pela posição social ocupada ou penalizado pela sua invalidez social ou pela exclusão. BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 73-75.

<sup>81</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 128.

<sup>82</sup> Este “velho” está representado pela constante reciclagem da cultura, da moda e das próprias pessoas. Toda moda e cultura que passam, tornam-se desprezíveis e o indivíduo deve se libertar delas para poder se reinventar e aderir às novas tendências, ao “moderno”. Isto representa o movimento básico da sociedade de consumo em que deve se inserir o indivíduo para ser um cidadão da sociedade de consumo.

<sup>83</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 111.

utilidade do bem e a sua posterior rejeição. A cultura passa a ser “reciclada”<sup>84</sup>, não sendo produzida para durar, mas para atuar em movimentos cíclicos, momentâneos, que se iniciam e findam com rapidez. O ciclo da moda é bastante característico. A moda é reciclada a cada estação do ano, não apenas nos vestuários, mas também nos objetos, nos carros, na alimentação, na diversão, criando o desejo das pessoas de se manterem atuais a cada estação, de aderirem àquilo que é bom, belo e agradável. O consumidor é interpelado a aderir ao que está na moda, tornando-se obsoleto o que arbitrariamente foi retirado do ciclo. Desta forma, o pensamento coletivo apontará no sentido de que aquele que não participar do atual, não será cidadão da sociedade de consumo<sup>85</sup>, gerando um sentimento de segregação social.

### 2.3.3.2 O crédito e a vivência do “tempo pontilhista”

Bauman (2008)<sup>86</sup> observa, ainda, que o maior fracasso do consumidor é a falta de dinheiro, que é o meio que garante a filiação do indivíduo aos ciclos sociais e, por isso, a importância do crédito. Ele permite que o consumidor viva a urgência do tempo presente, necessária para a reciclagem da sua identidade e inserção social, ainda que não disponha de meios materiais para tanto. A sociedade os disponibiliza para que o indivíduo realize com facilidade os desejos instantaneamente ao momento do seu nascimento, respondendo positivamente aos apelos do consumo.

Baudrillard (1995)<sup>87</sup> adverte que, dentro de um sistema de alta produtividade, o crédito permite o constante aumento da escala produtiva, por possibilitar o acesso aos bens sem a necessidade do trabalho e do ganho prévio. A farta utilização do crédito, segundo o autor, comprova a educação mental das massas para socializá-las como verdadeiras forças de consumo, o que também serve para equilibrar as forças produtivas. O grande sucesso do crédito está no rompimento dos velhos

---

<sup>84</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 105.

<sup>85</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 104.

<sup>86</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 122.

<sup>87</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 81.

tabus da poupança, na difusão da urgência e da ideologia da liberdade<sup>88</sup>. Esta é utilizada para levar o indivíduo a crer que ele vive uma revolução que permite a plena satisfação dos desejos, a vivência do prazer, a libertação da mentalidade puritana, da poupança, do regramento, do patrimônio. A sociedade de consumo mostra-se, então, como a grande libertação do homem, proporcionando a satisfação plena das suas necessidades.

Todavia, conforme visto, o discurso da satisfação das necessidades e da vivência do prazer configura, em verdade, uma coação para o consumo. Trata-se de uma imposição com a mácula da liberdade<sup>89</sup>, o que se depreende da necessidade do indivíduo de consumir para se sentir inserido no meio social. O crédito, que figura como a ilusão da realização dos sonhos de consumo, muitas vezes gera o efeito contrário. Numa tentativa de se inserir ou ascender na sociedade, ou para ter sua “dignidade” garantida, o indivíduo pode vir a buscar o crédito impulsivamente, sentindo a consequência da exclusão social que acompanha o superendividamento.

### 2.3.3.3 A corrida contra o tempo: o medo do envelhecimento na sociedade do hoje

*Morituri te salutant* (os que vão morrer te saúdam)<sup>90</sup>. A frase, dita pelos gladiadores aos imperadores romanos serve para ilustrar como nas sociedades antigas, morrer era uma questão muito mais pública do que hoje, uma realidade sobre a qual cabe tecer brevíssimas considerações.

Não somente a morte, mas o envelhecimento também é temido e prova disso é o constante recurso aos cosméticos e as cirurgias estéticas que buscam retardar uma realidade inadiável. As pessoas têm medo de envelhecer e serem descartadas como as mercadorias. A mercadoria vendável da mulher pós-moderna, e cada vez mais também dos homens, e sua importância social, estão na juventude e no

---

<sup>88</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 81.

<sup>89</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 84-85.

<sup>90</sup> ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos – seguido de envelhecer e morrer* (tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 9.

estereótipo da beleza, que se encontra, sobretudo, na obsessão da magreza<sup>91</sup>. Na pós-modernidade, “o conhecimento da implacabilidade dos processos naturais é aliviado pelo conhecimento de que, dentro de certos limites, eles são controláveis”<sup>92</sup>.

Nunca se discutiu tanto sobre métodos científicos acerca do prolongamento da vida, de forma que “o sonho do elixir da vida e da juventude”<sup>93</sup> ganhou contornos científicos nos nossos dias, gerando uma falsa sensação de controle do envelhecimento e imortalidade. Esta atitude em relação à morte na sociedade contemporânea pode ser entendida a partir desta relativa segurança científica que gera uma expectativa de vida maior<sup>94</sup>. A vida torna-se mais longa do que em outras épocas e a morte é cada vez mais adida e mais desprezível. “Ficou mais fácil esquecer a morte no curso normal da vida”<sup>95</sup>.

Tenta-se encobrir o fim da vida não apenas pela ciência, mas também pelo afastamento e isolamento dos idosos. “A morte do outro é uma lembrança de nossa própria morte”<sup>96</sup>, e na pós-modernidade, busca-se a falsa crença da nossa imortalidade. Afastar os idosos configura uma frágil tentativa de “afastar” o próprio envelhecimento e a própria morte. “Nunca antes na história da humanidade foram os moribundos afastados de maneira tão asséptica”<sup>97</sup>, eles são abandonados ainda vivos, descartados como mercadorias velhas e sem utilidade. Com efeito, na sociedade do consumo todo o desconforto deve ser afastado, todas as realidades duras, como o sofrimento e a finitude da vida devem ser encobertas por situações agradáveis. As pessoas precisam não apenas afastar o velho, mas se manterem jovens, agarrando-se ao presente com todas as suas forças e por isso o envelhecimento torna-se desprezível.

---

<sup>91</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 149-150.

<sup>92</sup> ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos – seguido de envelhecer e morrer* (tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 56.

<sup>93</sup> ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos – seguido de envelhecer e morrer* (tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 56.

<sup>94</sup> ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos – seguido de envelhecer e morrer* (tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 15.

<sup>95</sup> ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos – seguido de envelhecer e morrer* (tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 15.

<sup>96</sup> ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos – seguido de envelhecer e morrer* (tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 16-17.

<sup>97</sup> ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos – seguido de envelhecer e morrer* (tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 30-31.

### 2.3.4 As novas formas de relacionamento: a liquidez dos afetos

“Pessoas que compreendem algo em toda a sua profundidade raramente lhe permanecem fiéis para sempre. Elas justamente levaram luz à profundidade: então há muita coisa ruim para ver<sup>98</sup>”. A frase de Nietzsche serve para demonstrar a mentalidade do “curto prazo”<sup>99</sup> da pós-modernidade que, da mesma forma que instituiu a obsolescência programada dos produtos de consumo, substituiu a mentalidade do “longo prazo”<sup>100</sup> também nos relacionamentos (a vivência de um relacionamento profundo gera a necessidade de lidar com a parte não agradável do ser humano. Na sociedade de consumo, tudo o que deixa de ser agradável deverá ser descartado).

Os laços e parcerias tendem a ser vistos e tratados, na sociedade de consumo, como coisas a serem consumidas, e não produzidas, e estão sujeitas aos mesmos critérios de avaliação dos outros objetos do consumo<sup>101</sup>.

O amor, que é respaldado na confiança e no compromisso, é temido pelas pessoas e até desprezado, pois, ao contrário do desejo, ele configura a vontade de cuidar, de preservar, de doar-se e, por isso, é dotado da durabilidade<sup>102</sup>, bem como do conhecimento profundo e do desejo de construção. Hoje, o homem que procura ao máximo produtos pré fabricados, prontos para uso e com durabilidade programada para serem rapidamente substituídos, exige o mesmo nas relações afetivas.

A liquidez nos relacionamentos é o inverso da solidez e representa a fragilidade e a superficialidade dos laços humanos, o caráter descartável e muitas vezes instantâneo<sup>103</sup> dos encontros. Em sua obra *Amor Líquido*, Bauman (2004)<sup>104</sup> observa que, na cultura consumista “que favorece o produto pronto para uso

<sup>98</sup> NIETZSCHE, Friedrich. *Humano, demasiado humano*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 266.

<sup>99</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 169.

<sup>100</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 169.

<sup>101</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001, p. 187.

<sup>102</sup> BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 24.

<sup>103</sup> A relação muitas vezes é “consumida” como um alimento instantâneo, que não requer uma preparação prolongada e é usado uma só vez.

<sup>104</sup> BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 21.

imediatamente, o prazer passageiro, a satisfação instantânea, resultados que não exijam esforços prolongados”, a capacidade de amar torna-se uma rara conquista.

“Sem humildade e coragem não há amor”<sup>105</sup>, observa o autor. A experiência do que se denomina amor na sociedade de consumo é construída à semelhança das mercadorias, que seduzem e fascinam sem a exigência de esforços. O amor, por outro lado, não encontra o seu significado nas coisas prontas, completas e concluídas, mas sobretudo no impulso criativo e carregado de riscos, sem que haja um fim certo para ele<sup>106</sup>. Esta expressão romântica do amor como “até que a morte nos separe”, acima de todas as circunstâncias, está decididamente fora de moda<sup>107</sup>. A fragilidade dos vínculos humanos os torna tão fáceis de romper quanto de estabelecer<sup>108</sup>.

Prova disso são os relacionamentos e os vínculos comunicativos estabelecidos pela internet. Quando “as redes de comunicação eletrônica penetram no hábitat do indivíduo consumidor, estão equipadas desde o início com um dispositivo de segurança: a possibilidade de desconexão instantânea”<sup>109</sup>. A rápida desconexão livra o usuário da rede de um contato permanente e da perturbação do vínculo face a face, permitindo a ele livrar-se imediatamente do indesejado, para agarrar-se àquilo que se torna o seu objeto de desejo<sup>110</sup>, da mesma forma feita com as mercadorias.

Os relacionamentos pós-modernos, salienta Bauman, muitas vezes não são sequer respaldados no desejo, mas por verdadeiro impulso, dada a rapidez dos acontecimentos<sup>111</sup>. O desejo é caracterizado pela sua aspiração de morrer, de se esvaír rapidamente. Contudo, ele deve germinar, crescer e amadurecer, o que, para uma cultura de satisfação instantânea, se mostra algo muito prolongado.<sup>112</sup> Estes

---

<sup>105</sup> BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 22.

<sup>106</sup> BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 21.

<sup>107</sup> BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 19.

<sup>108</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 136.

<sup>109</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 137.

<sup>110</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 138.

<sup>111</sup> BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 24.

<sup>112</sup> BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 26.

relacionamentos são, portanto, iniciados e finalizados mediante impulsos, que têm a característica do imediatismo e da ausência de reflexão (que morrem no mesmo instante em que brotam no ser humano, por serem imediatamente satisfeitos).

Se automóveis, computadores, telefones perfeitamente usáveis são considerados um monte de lixo no instante em que aprecem novas versões, porque as parecerias seriam consideradas uma exceção à regra?<sup>113</sup>

A sociedade que prega a liberdade e o prazer acima de todo e qualquer valor humano termina por perder toda a referência do amor.

## 2.4 Sociedade de consumo: igualdade e felicidade

### 2.4.1 Sociedade de consumo X Igualdade

A sociedade de consumo, e, portanto, a sociedade da abundância é uma sociedade igualitária? A questão é proposta por Baudrillard e merece uma especial atenção no estudo. A força ideológica da felicidade é historicamente consubstanciada no mito da igualdade. Ou seja, a felicidade não deriva da capacidade do homem de realizar-se por si mesmo, mas por fatores extrínsecos, como ser igualado aos demais e estar no mesmo nível social<sup>114</sup>. As revoluções burguesas acima apresentadas e os ideais nelas presentes demonstram esta efetiva busca por uma posição social. Na sociedade de consumo, porém, o discurso da igualdade tomou uma dimensão mensurável<sup>115</sup>. Ou seja, a felicidade, assim como a igualdade, deve ter uma medida, que é concretizada pelos objetos e signos do consumo. As consequências são visíveis por aquilo que poderia se denominar como democracia social:

---

<sup>113</sup> BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 28.

<sup>114</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 47.

<sup>115</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 47.

O princípio democrático acha-se então transferido de uma igualdade real, das capacidades, responsabilidades e possibilidades sociais, da felicidade (no sentido pleno da palavra) para a igualdade diante do objecto e outros signos evidentes do êxito social e da felicidade. É a democracia do 'standing', a democracia da TV, do automóvel e da instalação estereofônica, democracia aparentemente concreta, mas também inteiramente formal, correspondendo para das contradições e desigualdades sociais à democracia formal inscrita na constituição<sup>116</sup>.

Ou seja, a partir do aumento da produção de bens, possibilita-se o acesso dos bens de consumo a todos. A felicidade, então, viria pela satisfação dos desejos e pela igualação de todos ao mesmo plano social. Assim, quando os bens de consumo passam a ser acessíveis a todas as camadas sociais e são aumentados os rendimentos da população de baixa renda, permite-se a participação de todos na sociedade de consumo e a concretização da igualdade.

Desta forma, a abundância dos objetos viabilizaria a democracia social, já que o grande volume da produção permite que quase toda a população tenha acesso aos bens de consumo. No mesmo sentido, as estatísticas evidenciam uma distribuição mais democrática dos rendimentos da população em geral, bem como o aumento do rendimento da população de baixa renda. Estes fatores demonstrariam a concretização do princípio da igualdade na sociedade de consumo. Desta forma, poder-se-ia concluir que a sociedade da abundância atenuaria as desigualdades sociais, permitindo uma distribuição maior de bens e uma harmonização dos rendimentos<sup>117</sup>.

Baudrillard (1995) observa que, a partir de uma análise sociológica destes fatores, o que se constata, em verdade, é que esta democratização percebida na sociedade de consumo é uma estratégia para manter a sobrevivência do sistema e mascarar a realidade, que permanece idêntica àquela de todas as estruturas sociais anteriores<sup>118</sup>.

O autor observa que existe, e sempre existirá, uma parcela miserável da população que reflete uma pobreza residual, a qual nem o crescimento e nem a abundância pretendem eliminar<sup>119</sup>. E a conclusão para tanto é simples. A sociedade,

---

<sup>116</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 48.

<sup>117</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 49.

<sup>118</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 55.

<sup>119</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 51.

independentemente da abundância, da riqueza produzida e da ideologia do momento, articula-se sempre “sobre um excedente estrutural e sobre uma penúria estrutural”<sup>120</sup>. O excedente terá sempre como função reproduzir um privilégio de classe das minorias. É uma desigualdade sistemática, que sempre refletirá um nível de distorção, de desequilíbrio, de diferenciação social. O crescimento, portanto, é um elemento estratégico para manter a estrutura desigualitária de interesse das minorias privilegiadas, que se conservam em seu *status* social e mantêm a ideologia do equilíbrio social através da pretensa democratização dos bens. O dinheiro, a abundância e o nível dos rendimentos não refletem a igualdade, pois mascaram os reais critérios que desigalam as minorias, como as estruturas de responsabilidade e decisão, o poder, o saber, a cultura<sup>121</sup>. Estes tornam-se os verdadeiros critérios de diferenciação, e não as estruturas econômicas.

A pobreza e a desigualdade são encobertas por programas sociais que têm como “objetivo” eliminar a pobreza através da distribuição de bens e dinheiro aos necessitados, que, em verdade, objetivam encobrir as desigualdades que devem ser preservadas para que o sistema possa sobreviver<sup>122</sup> (e as minorias privilegiadas permaneçam no poder político e econômico). As novas formas de segregação, portanto, não são os bens de luxo, que passam a ser produzidos em massa e acessível a muitos, mas bens aparentemente simples, como o ar puro, a água, o espaço, o nível de educação e cultura, a segregação no espaço de moradia<sup>123</sup>.

É necessário, pois, permitir o aumento dos rendimentos da população em geral para que as pessoas possam consumir e manter as grandes corporações cada vez mais lucrativas e poderosas. Por isso, não se pode falar em democratização ou igualdade, já que a sociedade permanece articulada sobre um excedente estrutural e uma miséria estrutural para a qual não há saída, por opção do próprio sistema.

---

<sup>120</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 51.

<sup>121</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 56.

<sup>122</sup> A conclusão a que chega o autor é que “o sistema conhece unicamente as condições da própria sobrevivência e ignora os conteúdos sociais e individuais” BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 55.

<sup>123</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 56. O autor também explica que a verdadeira lógica social do consumo “não é a da apropriação individual do valor de uso dos bens e dos serviços – lógica de produção desigual, em que uns têm direito ao milagre e outros apenas às migalhas do milagre -; também não é a lógica da satisfação, mas a lógica da produção e da manipulação dos significantes sociais”. BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995 p. 59.

Voltando ao discurso da felicidade, Baudrillard (1995)<sup>124</sup>, mostra que ela é a “referência absoluta” da sociedade de consumo. A promessa da felicidade, vista como uma verdadeira salvação do homem é encarnada no discurso consumista como o grande objetivo da sociedade. Conforme exposto, o autor sustenta que a força ideológica da noção de felicidade não deriva da inclinação natural de cada indivíduo para se realizar por si mesmo, mas tem uma conotação coletiva representada pelo discurso da igualdade. E na sociedade de consumo, a felicidade torna-se mensurável a partir do aumento do nível de vida, da distribuição dos objetos. Desta forma, a abundância e a posse de bens, o lazer, o prazer e a liberdade seriam as bases para a felicidade oferecida pela sociedade de consumo.

Contudo, o que se tem percebido a partir da evolução da sociedade de consumo, conforme relata Gilles Lipovetsky (2007)<sup>125</sup>, é que a elevação do nível de vida causa tristeza e insatisfação em vez de trazer a felicidade, “pois, prometendo o paraíso dos gozos do ter, o mundo da mercadoria não cessa, na realidade, de orquestrar as frustrações, carências e decepções da maioria”.

#### 2.4.2 Consumo x felicidade: a insatisfação humana na pós-modernidade

A questão proposta, então, torna-se a seguinte: por que em uma sociedade que encontra suas bases no conforto, prazer, lazer e abundância, em sentido contrário da linha freudiana de que “o que decide o propósito da vida é simplesmente o programa do princípio do prazer”<sup>126</sup>, o homem não encontra a

---

<sup>124</sup> BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995, p. 47

<sup>125</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. p. 158

<sup>126</sup> FREUD, Sigmund. *O mal estar na civilização*. Disponível em: <[http://www.opopssa.info/Livros/freud\\_o\\_mal\\_estar\\_na\\_civilizacao.pdf](http://www.opopssa.info/Livros/freud_o_mal_estar_na_civilizacao.pdf)>. Acesso em: 01 set. 2010. O autor sustenta que a felicidade seria uma associação da mitigação do sofrimento com a busca da satisfação pessoal a partir daquilo que origina prazer no homem. Este prazer pode advir das mais diversas fontes, dependendo do que satisfaz o indivíduo: “A felicidade, no reduzido sentido em que a reconhecemos como possível, constitui um problema da economia da libido do indivíduo. Não existe uma regra de ouro que se aplique a todos: todo homem tem de descobrir por si mesmo de que modo específico ele pode ser salvo. Todos os tipos de diferentes fatores operarão a fim de dirigir sua escolha. É uma questão de quanta satisfação real ele pode esperar obter do mundo externo, de até onde é levado para tornar-se independente dele, e, finalmente, de quanta força sente à sua disposição para alterar o mundo, a fim de adaptá-lo a seus desejos. Nisso, sua constituição psíquica desempenhará papel decisivo, independentemente das circunstâncias externas”.

felicidade? Por que em uma sociedade em que a referência absoluta é a felicidade, o consumo termina por gerar frustração? As respostas para tanto são diversas e apresentadas por muitos autores e permitem uma análise psico-social do tema.

Tibor Scitovsky (2007)<sup>127</sup>, na linha freudiana, que considera que somos “feitos de modo a só podermos derivar prazer intenso de um contraste”<sup>128</sup>, elaborou uma tese na qual defende que prazer e conforto são inversamente proporcionais no seguinte sentido: o prazer deve ser precedido da falta de conforto, ou seja, para a pessoa sentir prazer, ela deve sair de uma situação de desconforto, como o frio e a fome. Assim, é impossível ao homem viver em uma situação de extremo conforto e sentir um intenso prazer ao mesmo tempo. Na sociedade de consumo, o conforto proporcionado pelos objetos insere o indivíduo numa rotina de deleite e funcionalidade, de forma que não há espaço para o prazer, já que este deve ser precedido sempre de uma falta de conforto. Contudo, ele não aborda a noção da felicidade de forma apartada do prazer.

Albert Hirschman (1983)<sup>129</sup>, por sua vez, defende que a insatisfação é inerente à natureza humana e pela ideologia do consumo, o homem passa a esperar a satisfação nos bens mercantis. Contudo, a expectativa humana nunca é atingida da forma esperada em relação aos bens, o que termina por gerar a decepção. Alguns bens, como os não duráveis, geram uma satisfação grande (a exemplo dos alimentos). Contudo, os bens duráveis só geram satisfação no momento da aquisição. Assim, o consumidor terá de procurar um novo objeto que o satisfaça ou colocar a culpa em si mesmo, como alguém que jamais fica satisfeito. Outros consumidores, ao se sentirem frustrados na tentativa de encontrar o prazer na esfera privada, passam a buscar a felicidade no coletivo, filiando-se a movimentos públicos, a fim de evitar uma decepção “puramente egoísta e privada”<sup>130</sup> (oriunda da insatisfação pessoal com os objetos).

---

<sup>127</sup> SCITOVSKY, Tibor, *L'économie sans joie*, Paris, Calmann-Lévy, 1978 *apud* LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 159.

<sup>128</sup> FREUD, Sigmund. *O mal estar na civilização*. Disponível em: <[http://www.opopssa.info/Livros/freud\\_o\\_mal\\_estar\\_na\\_civilizacao.pdf](http://www.opopssa.info/Livros/freud_o_mal_estar_na_civilizacao.pdf)>. Acesso em: 01 set. 2010.

<sup>129</sup> HIRSCHMAN, Albert. *Bonheur privé, action publique*, Paris: Fayard, 1983 *apud* LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 161.

<sup>130</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 162.

Martin Lindstrom (2009), autor que propôs um estudo científico sobre porque compramos, com base em testes cerebrais feitos com consumidores de todo o mundo, defende que o indivíduo cria uma expectativa de auto-realização a partir do ato de consumo. A pretensa felicidade sentida nesta circunstância se deve à liberação da dopamina no cérebro no ato da compra<sup>131</sup>. A dopamina é uma substância que gera uma sensação de recompensa, prazer e realização. Segundo ele, “quando tomamos a decisão de comprar algo, as células cerebrais que liberam dopamina secretam uma explosão de bem-estar, e esse afluxo de dopamina alimenta o instinto de continuar comprando mesmo quando nossa mente racional diz que já chega”<sup>132</sup>. Para se ter uma idéia da intensidade da dopamina liberada no cérebro neste momento, o autor explica que bastam dois segundos e meio para que um ser humano se decida por efetuar uma compra<sup>133</sup>. O auge da dopamina no cérebro será percebido no momento em que for gerado o encantamento com o produto e o súbito desejo de possuí-lo.

A partir destes indicadores científicos, o ato de comprar tornaria o ser humano feliz, ao menos em curto (ou curtíssimo) prazo. Isto se deve ao fato do nível desta substância sofrer uma baixa em poucos instantes. Por isso, muitas vezes nos arrependemos de uma compra logo depois de ter adquirido o produto<sup>134</sup>. Assim, para o autor, o consumo traz uma sensação de bem estar passageira, que muitas vezes é acompanhada do sonho da auto-afirmação e da aceitação social<sup>135</sup>. Porém, o bem estar é momentâneo, bem como a ilusão da auto-realização a partir dos objetos, o que termina por gerar um sentimento de frustração e decepção no ser humano.

Gilles Lipovetsky (2007)<sup>136</sup> defende que, após um certo tempo de uso, os bens em si não causam decepção, apenas deixam de proporcionar prazer ao homem. Para ele, na sociedade de hiperconsumo, os bens não são a maior fonte de decepção para o indivíduo, porque o novo que se apresenta a cada dia tem o

---

<sup>131</sup> LINDSTROM, Martin. *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos*. (Tradução: Marcello Lino). Editora Nova Fronteira: Rio de Janeiro, 2009, p. 62.

<sup>132</sup> LINDSTROM, Martin. *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos*. (Tradução: Marcello Lino). Editora Nova Fronteira: Rio de Janeiro, 2009 p. 62.

LINDSTROM, Martin. *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos*. (Tradução: Marcello Lino). Editora Nova Fronteira: Rio de Janeiro, 2009, p. 62.

<sup>134</sup> LINDSTROM, Martin. *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos*. (Tradução: Marcello Lino). Editora Nova Fronteira: Rio de Janeiro, 2009, p. 62.

<sup>135</sup> LINDSTROM, Martin. *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos*. (Tradução: Marcello Lino). Editora Nova Fronteira: Rio de Janeiro, 2009, p. 63.

<sup>136</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 168.

condão de constantemente renovar o bem estar do neoconsumidor. Além disso, a tecnologia proporciona uma interatividade constante e uma renovação dos prazeres. Assim, as maiores decepções do neoconsumidor não estão no consumo, mas na alimentação, nos locais públicos, na vida profissional e sentimental. A grande quantidade de alimentos industrializados produzida não desperta entusiasmo, pela falta de sabor e de prazer que proporcionam. Os locais públicos são fonte de decepção em virtude da poluição ambiental, sonora, do trânsito, das filas, de modo que o indivíduo encontra no meio privado uma fonte de prazer e descanso. Assim também a futilidade da cultura reciclada, da televisão, da publicidade seriam fontes de decepção do neoconsumidor. Por outro lado, a segregação de um indivíduo do mercado de trabalho é o fator que mais gera o sentimento de fracasso e deficiência pessoal, de modo que o desemprego põe em questionamento a identidade pessoal e social do homem. O autor observa que nas sociedades anteriores, o desemprego era um fator de classe, hoje é fonte de humilhação e decepção individual para qualquer homem, já que a cultura de estratificação social foi rompida<sup>137</sup>. No mesmo sentido, a decepção profissional gera a precarização da vida conjugal, sentimental e familiar.

Portanto, para ele, o indivíduo cria expectativas em torno do imaginário que não são efetivadas na vida real. Assim, crescem os motivos para a amargura, frustração e para o sentimento de fracasso pessoal.

#### 2.4.2.1 A teoria de Viktor Frankl: a busca de um sentido para a vida

A causa da insatisfação e da frustração humana na sociedade de consumo pode ser percebida a partir das forças ideológicas nela presentes, que terminam por criar desordens no indivíduo em relação ao sentido de sua vida. Conforme visto, a pesquisa de Bauman evidencia que, através da cultura consumista, as pessoas passam a se comportar de forma irrefletida e sem um objetivo, de modo que o consumo passa a se tornar um fim e si mesmo. O indivíduo não busca objetivos

---

<sup>137</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 168-169.

concretos para sua vida nem os meios de alcançá-lo. Os únicos meios buscados objetivam a própria finalidade do consumo e do prazer.

O psiquiatra austríaco Viktor Emil Frankl, fundador da Logoterapia<sup>138</sup>, também conhecida como Psicoterapia do Sentido da Vida ou Terceira Escola Vienense em Psicoterapia, considera que tanto o princípio do prazer de Sigmund Freud quanto o *status drive* (“vontade de poder”) de Alfred Adler<sup>139</sup> falham por se preocuparem apenas com o equilíbrio interno do ser humano. A busca da mitigação do sofrimento, aliada ao objetivo de satisfação dos instintos e das necessidades, (constituídos como o fim de toda atividade humana) inserem o prazer como o sentido da vida. Assim, de acordo com as teorias de Freud e Adler, toda vida humana estaria a serviço do prazer e do poder, modulando-os na vida social, e sempre com o interesse de garanti-los.

Frankl (2003), por outro lado, sustenta que “se realmente víssemos no prazer todo o sentido da vida, em última análise, a vida pareceria sem sentido. Se o prazer fosse o sentido da vida, a vida propriamente não teria sentido algum”<sup>140</sup>. Por conseguinte, a Logoterapia nega-se a aceitar as noções de “auto-realização”, de “felicidade”, de “prazer” ou de “poder”, como objetos da busca última do ser humano<sup>141</sup>.

Segundo Frankl, existe no ser humano um desejo e uma “vontade de sentido”. Ele percebe que o ser humano não sofre exclusivamente de frustrações sexuais (Freud) ou de complexos, como o de inferioridade (Adler), mas também de um vazio existencial ou frustração do sentido, que deve ser preenchido com a busca do sentido da vida ou vontade de sentido para a vida. A vontade de sentido inclui a busca do sentido da sua existência.

---

<sup>138</sup> A Logoterapia é a psicoterapia que sustenta que o que caracteriza o ser humano é a busca do sentido na vida da pessoa. Esta busca é a principal força motivadora no homem. É baseada na crença, fruto da experiência pessoal do autor, de que a finalidade da vida do homem, tem uma meta fora de si, que lhe dá o sentido da própria existência.

<sup>139</sup> Alfred Adler (1870-1937) - Segundo sua teoria, o meio social e a preocupação contínua do indivíduo em alcançar objetivos preestabelecidos são os determinantes básicos do comportamento humano, o que inclui a sede de poder e a notoriedade. Os complexos de inferioridade, provocados pelo conflito com o envolvimento social, podem traduzir-se numa dinâmica patológica (psicose, neurose), que deve ser tratada de um ponto de vista psicoterapêutico. Fonte: Wikipédia. Disponível em: <<http://www.wikipedia.com>>. Acesso em: 27 set. 2010.

<sup>140</sup> FRANKL, Viktor Emil. *Psicoterapia e sentido da vida*. São Paulo: Quadrante, 2003, p. 68.

<sup>141</sup> PEREIRA, Ivo Studart. *A vontade de sentido na obra de Viktor Frankl*. Disponível em: <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci\\_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20 set. 2010.

Com efeito, primariamente, o homem busca um sentido, que não tem qualquer relação com a satisfação de necessidades, redução de tensão ou de auto-realização. Assim, o “o homem só se torna homem e só é completamente ele mesmo quando fica absorvido pela dedicação a uma tarefa, quando se esquece de si mesmo no serviço a uma causa, ou no amor a uma outra pessoa. É como o olho, que só pode cumprir sua função de ver o mundo enquanto não vê a si próprio”<sup>142</sup>.

Aquele que busca a felicidade em si, de forma incondicional, não possui uma “razão” para ser feliz. A felicidade está na realização de um sentido, e não como algo alcançável por si mesmo<sup>143</sup>. Pela tese da “vontade de sentido”, o prazer, a auto-realização e a felicidade são consequências da realização de um sentido e o poder é um instrumento, um meio ocasional de se facilitar essa realização. Assim, o ser humano é capaz de suportar até a dor, desde que seu sofrimento tenha sentido. O sentido da vida é, assim, um sentido incondicional, que deve ser dado a todas as realidades da vida humana, até ao sofrimento inevitável.

A realização do sentido possui um fim em si, independentemente dos efeitos que acarreta. Isto é, a vontade de ter um sentido orienta para uma realização deste sentido, a qual acaba por prover uma razão para se ser feliz. Com uma razão para ser feliz, a felicidade surge automaticamente, como efeito colateral:

Assim como a felicidade, a auto-realização aparece como efeito, isto é, o efeito da realização de um sentido. Apenas na medida em que o homem preenche um sentido lá fora, no mundo, é que ele realizará a si mesmo. Se ele decide realizar a si mesmo, ao invés de preencher um sentido, a auto-realização perde imediatamente sua razão de ser<sup>144</sup>.

Frankl, psiquiatra judeu que teve a experiência de sobreviver a um campo de concentração, ousava dizer que “nada no mundo contribui tão efetivamente para a sobrevivência, mesmo nas piores condições, como saber que a vida da gente tem um sentido. Há muita sabedoria nas palavras de Nietzsche: “Quem tem um por que viver pode suportar quase qualquer como”<sup>145</sup>.

<sup>142</sup> FRANKL, Viktor Emil. *A psicoterapia na prática*. Campinas: Papyrus, 1991, p. 18.

<sup>143</sup> PEREIRA, Ivo Studart. *A vontade de sentido na obra de Viktor Frankl*. Disponível em: <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci\\_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20 set. 2010.

<sup>144</sup> FRANKL, Viktor Emil. *The will to meaning*. New York: Meridian Books, 1988, p. 38. *apud* PEREIRA, Ivo Studart. *A vontade de sentido na obra de Viktor Frankl*. Disponível em: <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci\\_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20 set. 2010.

<sup>145</sup> FRANKL, Viktor Emil. *Em busca de sentido*. Petrópolis: Vozes, 1985, p. 95-96.

A teoria de Frankl explica, por exemplo, a experiência da plenitude da auto-realização no caso de santos como Madre Teresa de Calcutá, que se sentia completa em sua missão, ainda que vivendo no país mais pobre da terra<sup>146</sup> e em meio à miséria. Seria um paradoxo conceber na sociedade da abundância e do hedonismo que a auto-realização foi experimentada em sua plenitude por pessoas que viveram em uma realidade cercada de miséria, mas que deram à sua existência um sentido que trouxe, por consequência, a felicidade e o prazer em viver.

Pode-se observar com clareza a partir da exposição das características da sociedade de consumo, que ela retira do homem a realização do sentido da vida. A educação mental das massas é elaborada de tal forma, que os atos humanos passam a adquirir um fim em si mesmo, como o sexo, a compra, a filiação social e a busca incessante da beleza, da juventude e do prazer. A frustração ou o vazio existencial (a estagnação da realização dos sentidos particulares da vida) pode levar o indivíduo a perseguir os efeitos de prazer diretamente pelo consumo. Aquele que compra terá uma causa por que sentir prazer, satisfazer o desejo de bem-estar ou de status, contudo não terá uma razão. A cultura consumista induz o indivíduo a buscar o prazer diretamente pelo consumo, que leva um fim em si mesmo através da obtenção de gozo e *status*. É “como alguém que chora ao cortar cebolas, em que há uma causa, mas não uma razão”<sup>147</sup>. A característica própria da cultura consumista é, conforme visto, a adesão a ela irrefletidamente, levando o indivíduo à negação a um sentido para a vida e para os atos humanos, conduzindo o homem a buscar incessantemente o prazer e a felicidade como objetivos únicos.

Contudo, conforme visto, a felicidade nada mais é do que a consequência da busca por um sentido para a vida e para todas as realidades em que vive o ser humano e nunca é alcançável por si mesma. Por isso, a sociedade de consumo não tem a capacidade de afastar o mal estar do homem pós-moderno.

A partir destas considerações, o trabalho passará ao estudo da difusão do crédito ao consumo na pós-modernidade e a consequência de seu uso desmedido: o superendividamento.

---

<sup>146</sup> ROMERO, Emílio. *O encontro de si na trama do mundo: personalidade, subjetividade e singularidade*. Fatores que condicionam e desenvolvem o caráter e a conduta. São José dos Campos: Della Bídia Editora, 2004, p. 145.

<sup>147</sup> PEREIRA, Ivo Studart. *A vontade de sentido na obra de Viktor Frankl*. Disponível em: <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci\\_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20 set. 2010.

### 3 CRÉDITO E SUPERENDIVIDAMENTO: A OBTENÇÃO DE UM PERFIL DO CONSUMIDOR DE CRÉDITO COMO FORMA DE GARANTIR A EFICÁCIA DA PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO

[...] a tarefa de tornar os membros da sociedade de consumidores dignos de crédito e dispostos a usar até o limite o crédito que lhes foi oferecido está a caminho para o topo da lista dos deveres patrióticos e esforços de socialização<sup>148</sup>.

#### 3.1 O crédito na sociedade de consumo: conseqüências da sua difusão no modelo da *open credit society*

O crédito é um instrumento de criação de moeda<sup>149</sup>, que viabiliza a disposição de um rendimento que aquele que o contrata ainda não possui. O crédito ao consumo é definido por Maria Manuel Leitão Marques (2000)<sup>150</sup> como todo empréstimo a particulares que não se destine a uma atividade econômica e profissional. É, portanto, destinado às necessidades pessoais ou familiares, em contraposição ao crédito concedido aos profissionais para o desenvolvimento da atividade profissional.

O endividamento oriundo da contração de crédito remonta à antiguidade. Em Roma, até o advento da *Lex Poetelia Papiria* (428 a.C.), o devedor respondia pessoalmente pelas dívidas não salgadas tempestivamente<sup>151</sup>, de modo que a escravidão por dívidas tornou-se um grande negócio político e social da cidade. A democratização do crédito, porém, coincide com o surgimento das classes operárias industriais<sup>152</sup>. O recebimento contínuo e previsível do salário possibilitou a antecipação de rendimentos por meio do crédito. Assim, os fenômenos da produção

<sup>148</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria* Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008, p. 103.

<sup>149</sup> LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 17, jan.-mar. 1996, p. 57.

<sup>150</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 15.

<sup>151</sup> BATELLO, Silvio Javier. A (in) justiça dos endividados brasileiros: uma análise evolutiva. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 213.

<sup>152</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 17-18.

e do consumo alimentavam-se mutuamente<sup>153</sup> até que o crédito tornou-se a mola propulsora da sociedade de consumo em massa e da política de desenvolvimento econômico.

Os Estados Unidos foram os precursores desta sociedade aberta ao crédito (*open credit society*), transformando este instrumento em um meio de ascensão do padrão de vida através da aquisição de bens que permitem a realização de desejos e conforto, e ao mesmo tempo em um mecanismo fundamental para dinamizar a economia nacional<sup>154</sup>. A difusão do crédito e o estímulo à sua contração são essenciais para o crescimento da economia nacional e contra as ameaças de recessão. Esta dinâmica transformou a economia americana na maior potência do século XX de tal forma, que o sucesso dos Estados Unidos se deve inteiramente à sociedade de consumo<sup>155</sup> e à ideologia nela arraigada, que veio a ser incutida no seio social de quase todo o mundo ocidental.

O sucesso do crédito e a sua vulgarização se devem à transformação do pensamento coletivo de modo a abolir a conotação negativa que a história lhe atribuiu<sup>156</sup> para torná-lo um instrumento que abre ao sujeito a possibilidade de adquirir bens antes inacessíveis e obter reconhecimento, ainda que não disponha de meios materiais.

Por outro lado, além da face hedonista e da possibilidade de ascensão social, o crédito tornou-se, na sociedade pós-moderna, um instrumento que viabiliza a inserção social, pois é apresentado como uma solução para a personalização do sujeito. Não se trata, simplesmente, de elevação do padrão de vida, mas da própria inclusão do indivíduo na sociedade de consumo. Com efeito, em uma sociedade em que a identidade social é consubstanciada eminentemente nas escolhas de

---

<sup>153</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 18.

<sup>154</sup> FRADE, Catarina; MAGAHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 24.

<sup>155</sup> FRADE, Catarina; MAGAHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 24.

<sup>156</sup> Maria Manuel Leitão Marques ressalta que os empréstimos a juros altos eram condenados na época medieval por diferentes códigos sociais e religiosos devido à proibição à usura e por isso o crédito tem uma conotação histórica negativa. MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 17.

consumo<sup>157</sup>, o crédito surge como um instrumento apto a garantir a personalização e o reconhecimento do indivíduo, o que levou Gilles Lipovetsky (2007)<sup>158</sup> a afirmar que:

A sociedade de hiperconsumo é marcada tanto pela progressão dos sentimentos de exclusão social quanto pela acentuação dos desejos de identidade, de dignidade e de reconhecimento individual (...) quando faltam outras vias de reconhecimento, ‘torrar a grana’ e consumir impõem-se com finalidades preeminentes.

Assim, o crédito é também sinônimo de *status* e serve de camuflagem da estratificação social, ao permitir ao indivíduo adotar um estilo de vida característico da classe social superior à sua<sup>159</sup>. Por isso, as campanhas buscam atingir principalmente o público jovem<sup>160</sup>, que vê no crédito uma forma de equiparar-se às classes sociais superiores.

Esta vulgarização do crédito trouxe, por outro lado, a realidade do excesso de dívidas e o flagelo social do superendividamento. Neste contexto, a problemática encontra, de um lado, a política de consumo e de outro, a proteção do consumidor. José Reinaldo de Lima Lopes (1996)<sup>161</sup> observa que, no Brasil, os consumidores mais ricos (privilegiados) representam 10% da população e concentram 48,1 % da renda nacional. Os consumidores desfavorecidos, por sua vez, representam 90% da população e concentram 44,9% da renda<sup>162</sup>. Para estes, o crédito torna-se o único meio de acesso a bens de consumo básicos, como eletrodomésticos, alimentação e vestuário. Porém, o estímulo ao consumo e o crédito fácil, associados à precariedade do *status* social e a sua exclusão do modo de vida dominante, tornam esta parcela da população ainda mais vulnerável ao endividamento em busca de uma “equivalência” ao padrão de vida das classes mais abastadas<sup>163</sup>.

---

<sup>157</sup> Conforme visto no capítulo antecedente, uma das peculiaridades da sociedade de consumo é a construção da personalidade individual a partir das opções de consumo.

<sup>158</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, p. 192-194.

<sup>159</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 63.

<sup>160</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 63.

<sup>161</sup> LOPES, José Reinaldo Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – Uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor* 17/59, São Paulo: RT, jan-mar, 1996, p. 63.

<sup>162</sup> LOPES, José Reinaldo Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – Uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor* 17/59, São Paulo: RT, jan-mar, 1996, p. 58.

<sup>163</sup> LOPES, José Reinaldo Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – Uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor* 17/59, São Paulo: RT, jan-mar, 1996, p. 59.

O superendividamento é, pois, um fenômeno social de grande relevância, não apenas na vida do consumidor que se encontra em tal situação, como também para o credor, que não vislumbra, no ordenamento jurídico brasileiro, meios efetivos para assegurar o recebimento do crédito.

A partir desta realidade, o presente capítulo tratará do conceito e pressupostos do superendividamento, das principais formas de acesso ao crédito no Brasil e do perfil do sobreendividado, a fim de construir as bases para a possível regulamentação do tema no ordenamento jurídico brasileiro.

### 3.2 O perfil do crédito ao consumo e as principais formas de acesso no Brasil

Embora a difusão do crédito no Brasil tenha se dado tardiamente, em comparação com os Estados Unidos e a Europa, ele é atualmente um instrumento amplamente difundido em nosso país. O estudo das principais formas de acesso ao crédito e dos problemas vislumbrados a partir da sua concessão irregular é essencial para tecer as possíveis causas do endividamento excessivo, para então, serem propostas soluções adequadas.

#### 3.2.1 Os cartões de crédito: a facilidade da obtenção do crédito e a armadilha das taxas de juros

Segundo dados do Banco Central do Brasil, o cartão de crédito, lançado no país em 1956, ganhou importância a partir da década de 90, devido à eliminação de restrições até então impostas ao seu uso, bem como à extinção da regra da “bandeira exclusiva”.<sup>164</sup> A partir de então, ganhou força como meio de pagamento e de obtenção de crédito, de modo que, no período entre 2004 e 2008, as transações

---

<sup>164</sup> A regra da “bandeira exclusiva” subsistiu até 1996 e impedia um mesmo emissor de operar com mais de uma bandeira. Dentre as restrições de uso impostas, encontrava-se a proibição de utilização do cartão de crédito em certas transações, como para o pagamento de combustível em postos de gasolina. Fonte: Banco Central do Brasil. Publicação: Sistema de pagamentos brasileiros. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/novaPaginaSPB/spb-textocompleto-pdf.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2010, p. 7.

cresceram cerca de 101,2% em quantidade e, no ano de 2008, foram efetuadas aproximadamente 2,5 bilhões de transações no valor global de R\$ 217,9 bilhões de reais<sup>165</sup>.

Através deste sistema, a administradora do cartão atua como intermediária entre o titular e o fornecedor, efetuando os pagamentos assumidos pelo consumidor que, por sua vez, quita total ou parcialmente as faturas em períodos mensais.

O cartão de crédito pode, então, ser utilizado como meio de pagamento (são os chamados “usuários por conveniência”)<sup>166</sup> ou, ainda, através dele, o consumidor pode recorrer ao crédito propriamente dito, quando opta pelo pagamento parcial das faturas (são os tomadores de empréstimo). Para as administradoras dos cartões, a segunda hipótese é mais vantajosa, já que seus ganhos são obtidos eminentemente pelas cobranças de juros e encargos de financiamento. Deste modo, o “bom” consumidor do cartão de crédito é aquele que toma empréstimo ou “rola a dívida”<sup>167</sup> e, com isso, mantém elevados os índices de lucro das administradoras.

A difusão deste sistema de pagamento alarga a potencialidade do recurso ao crédito por esta via<sup>168</sup>, pois, além de permitir o consumo e a gratificação imediatos, o acesso é mais simples do que mediante formas tradicionais, já que não são exigidas garantias<sup>169</sup>.

E nestas hipóteses, a armadilha para o consumidor encontra-se na precariedade das informações transmitidas pelas administradoras, especialmente no que concerne às taxas de juros e demais encargos de financiamento, que são os fatores que podem transformar a dívida em uma verdadeira “bola de neve”. Os elevados índices das taxas se devem à desnecessidade de oferecimento de garantias e à facilidade do acesso ao crédito.

---

<sup>165</sup> Banco Central do Brasil. Publicação: Sistema de pagamentos brasileiros. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/novaPaginaSPB/spb-textocompleto-pdf.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2010, p. 8.

<sup>166</sup> A denominação é proposta por Iain Ramsay, que denomina “usuários por conveniência” aqueles que valem-se do prazo de 30 dias para pagar suas contas no cartão. RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (Bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a Bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor* n.º 63. São Paulo: RT, julho-setembro 2007, p. 237.

<sup>167</sup> RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (Bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a Bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor* n.º 63. São Paulo: RT, julho-setembro 2007, p. 237.

<sup>168</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 46.

<sup>169</sup> A obtenção do crédito mediante formas como o empréstimo pessoal inclui exigências como preenchimento de formulários, indicação da destinação do crédito e muitas vezes consulta aos cadastros restritivos, além do oferecimento de garantias.

Além disso, raramente o consumidor tem acesso prévio ao instrumento contratual ou é informado acerca das taxas de administração, anuidade e seus valores e do prazo de vigência do contrato.

Iain Ramsay (2007)<sup>170</sup> destaca que, em muitos casos, o indivíduo que já se encontra imerso em dívidas recorre aos cartões de crédito como uma saída rápida e fácil para a falta de recursos financeiros, aumentando ainda mais o saldo devedor do agregado familiar. A facilidade deste recurso se dá, não somente pela falta de exigência de garantias, mas principalmente porque as administradoras raramente avaliam as condições de reembolso do consumidor antes de enviar-lhe o cartão. O autor relata, a título de exemplo, o caso de Liz, residente em Toronto e mãe de três filhos, que passou por um difícil divórcio e, para manter o padrão de vida, atingiu o limite de gastos em dezesseis cartões de crédito, adquirindo um débito superior a U\$ 20.000,00, sem conseguir fazer os pagamentos mínimos<sup>171</sup>.

A hipótese demonstra que o crédito é concedido de maneira irresponsável pelas administradoras, revelando-se como solução para o indivíduo que não tem acesso às demais formas de crédito em virtude do excesso de dívidas. A pretensa solução gera o superendividamento do consumidor, que se vê imerso em um mar de juros e taxas de financiamento, agravando ainda mais a conjuntura financeira.

É, destarte, essencial a adoção de medidas como a obrigatoriedade da administradora em verificar as condições de reembolso do consumidor, anteriormente ao envio do cartão, bem como nas hipóteses em que for solicitado o aumento do limite do crédito. A transmissão detalhada de informações para o consumidor, principalmente quanto às taxas de juros e encargos contratuais, também se mostram imprescindíveis para sua ciência quanto aos exatos termos do contrato.

---

<sup>170</sup> RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (Bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a Bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor* n.º 63. São Paulo: RT, julho-setembro 2007, p. 234.

<sup>171</sup> RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (Bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a Bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor* n.º 63. São Paulo: RT, julho-setembro 2007, p. 234.

### 3.2.2 O Contrato de abertura de crédito em conta corrente ou cheque especial e o risco de sua utilização uso como crédito pessoal

O contrato de abertura de crédito em conta corrente, mais conhecido como cheque especial, é uma das modalidades de crédito mais difundidas no Brasil e consiste no contrato de adesão entre o consumidor e a instituição financeira que tem por objeto a concessão de um limite de crédito rotativo diretamente na conta corrente do consumidor, no valor, prazo e vencimento estipulados no instrumento contratual. O crédito será utilizado para a cobertura de saldos negativos em decorrência da emissão de cheques, ordens de pagamento à vista, saques de dinheiro em terminais eletrônicos e outras modalidades de movimentação em conta corrente<sup>172</sup>.

Para o consumidor, a vantagem do cheque especial encontra-se no recebimento imediato do limite de crédito pré-acordado, a fim de saldar tempestivamente os compromissos assumidos.

O cheque especial, contudo, revela-se uma grande ameaça para a estabilidade financeira do consumidor, se não for utilizado com o fim de cobrir despesas urgentes, de valor baixo e para as quais o reembolso poderá ser feito em curtíssimo prazo. As elevadas taxas de juros (de até 150% ao ano) e a regular prática do anatocismo pelas instituições financeiras, associadas ao desconto direto na conta corrente do consumidor, pode retirar-lhe todo meio de subsistência, em casos de inadimplência por um longo período.

Um dos maiores problemas do cheque especial é, similarmente aos cartões de crédito, a falta de informações ao consumidor, principalmente no que concerne às taxas de juros e também o estímulo à sua contratação em casos aos quais ela é desaconselhada. Com efeito, percebe-se atualmente uma expansão da publicidade em torno do cheque especial, que é oferecido como uma solução imediata para os problemas financeiros do consumidor e como forma de empréstimo pessoal, para a aquisição de bens ou contratação de serviços, sem a adequada informação acerca dos altos riscos assumidos em caso de demora no reembolso. Nestas hipóteses, a

---

<sup>172</sup> Cadernos DPDC – Proteção ao Consumidor – Tema IV: Abertura de Crédito: cheque especial. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/dpdc/data/Pages/MJ7E3E5AAEITEMIDFA9BD9F7996C4CFC805E47479C44C8DCPTBRNN.htm>>. Acesso em: 02 out. 2010.

dívida do consumidor se elevará a níveis altíssimos, gerando um alto risco de superendividamento.

Assim, a regulamentação da publicidade, a responsabilização pela má concessão do crédito e o dever de aconselhamento ao consumidor se mostram essenciais para prevenir o endividamento excessivo nos contratos de abertura de crédito.

### 3.2.3 O crédito afetado

O crédito afetado destina-se a financiar o pagamento de um bem fornecido por terceiro, em resultado de uma combinação de dois contratos distintos, o de compra e venda, entre o consumidor e o comerciante, e o de crédito, entre o consumidor e a instituição credora<sup>173</sup>.

A operação de crédito é, portanto, afetada à realização de um outro contrato de consumo para a aquisição de bens ou serviços das mais variadas espécies, que podem ser automóveis, eletrodomésticos, móveis, vestuário etc.

As instituições de crédito frequentemente contratam com os fornecedores, que atuam como intermediários do crédito entre elas e o consumidor a partir da lógica de “ganhar nas duas pontas da negociação”<sup>174</sup>, ou seja, o fornecedor lucra na venda do bem propriamente dito e na intermediação do crediário. Assim, o estabelecimento comercial que vende o produto ou serviço oferece, ao mesmo tempo, o financiamento do bem, que é realizado por um contrato de crédito distinto daquele em que é feita a compra e venda.

Ocorre, todavia, que raramente o consumidor é informado de que está contratando um crediário com uma instituição financeira, com condições em tudo

---

<sup>173</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 27.

<sup>174</sup> OLIVEIRA, Adriana Fileto Couto e Silva de; BAHIA, Marcos Tofani Baer. As práticas abusivas dos financiamentos ditos sem juros e o valor do dinheiro no tempo: um diálogo entre as ciências do direito e da matemática financeira. *Revista de Direito do Consumidor* n.º 67. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, julho-setembro 2008, p. 44.

idênticas às do crédito pessoal,<sup>175</sup> e que trata-se de contrato distinto e autônomo daquele que rege a compra e venda.

Para o consumidor, são inúmeros os potenciais problemas advindos desta contratação como, por exemplo, a impossibilidade de opor ao credor os meios de defesa de sua relação com o vendedor. Assim, em caso de falta de entrega do bem, o consumidor é impedido de se valer da *exceptio non adimpleti contractus* em virtude da autonomia entre os contratos de compra e venda e de crédito. Aos olhos do consumidor, porém, trata-se de uma operação única, com a finalidade de adquirir um bem ou serviço mediante pagamento parcelado.

Assim, é imperiosa a regulamentação legal no sentido de vincular expressamente os contratos de consumo e de crédito, a fim de proteger as expectativas legítimas<sup>176</sup> do consumidor, que vislumbra uma operação unitária, coibindo, assim, eventuais abusos que possam ser cometidos pelo fornecedor e pela instituição credora em razão da autonomia entre os contratos. Esta regulamentação já existe em vários países europeus e ainda não foi transposta para o ordenamento jurídico brasileiro, mas, como regra de desejável criação, encontra-se inserida no anteprojeto de lei apresentado pelo Brasilcon, conforme será adiante estudado.

### 3.2.4 O empréstimo consignado e a publicidade do “crédito fácil”

O empréstimo consignado é um contrato de mútuo mediante o qual o consumidor recebe uma determinada quantia de uma instituição financeira e, em contrapartida, autoriza o desconto mensal diretamente de seus vencimentos ou proventos, em até 30 % do seu rendimento, para amortização parcial da dívida, até o reembolso do valor total do empréstimo, acrescido de juros, correção monetária e demais encargos financeiros. A amortização total do débito não pode ultrapassar 60 meses.

---

<sup>175</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 27.

<sup>176</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 100.

É uma modalidade de empréstimo que teve início no ano de 2004<sup>177</sup>, e foi criada com o fim de expandir o crédito bancário e facilitar o acesso ao crédito, principalmente em virtude das taxas de juros menores que aquelas praticadas no mercado. O crédito consignado se destina às pessoas que recebem sua remuneração ou proventos mediante folha de pagamento<sup>178</sup> (atualmente, as taxas máximas são de 2,34% ao mês, para o empréstimo consignado, e 3,36% ao mês, para o cartão consignado)<sup>179</sup>.

As taxas de juros e os demais encargos são mais vantajosos do que aqueles praticados nas demais formas de contratação do crédito, em virtude do menor risco de inadimplência oferecida pelo desconto direto em folha. Por tais motivos, desde 2004, a publicidade em torno do empréstimo consignado e o recurso a esta modalidade têm aumentado significativamente. Em agosto de 2010, o número de operações desta espécie subiu 10,55% em comparação com igual mês do ano de 2009. No total, foram realizadas, no mês de agosto, 817,2 mil operações<sup>180</sup>.

Os maiores problemas relacionados a este empréstimo encontram-se na utilização do crédito consignado juntamente com outras modalidades, como os cartões de crédito, cheque especial e empréstimos pessoais em geral, gerando um acúmulo de dívidas que impede que o consumidor disponha de um mínimo necessário para a sobrevivência familiar.

A publicidade do empréstimo consignado oferece um crédito rápido e fácil, sem a exigência de garantias ou consulta prévia aos cadastros restritivos de crédito e frequentemente fazendo menção a crédito gratuito, o que gera a falsa impressão de que o mutuário não terá de arcar com juros e demais encargos na contratação.

A situação é ainda mais crítica no caso dos consumidores idosos, que são o público que mais sofre a agressividade das instituições financeiras, tanto em relação à publicidade, quanto na abordagem. Eles são, inúmeras vezes, impulsionados a comprometer grande parte de sua renda através de diferentes modalidades de empréstimo, o que pode levá-los a uma situação de insolvência no estágio da vida em que se encontram mais debilitados.

---

<sup>177</sup> A consignação em folha de pagamento foi autorizada pela Lei 10.820/2003.

<sup>178</sup> SADI, Jairo. O Crédito Consignado em Folha de Pagamento. *Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais*, São Paulo: Revista dos Tribunais, nº. 25, p.11-15, julho/setembro. 2004, p. 11.

<sup>179</sup> Fonte: Disponível em: <<http://www.previdencia.gov.br/conteudoDinamico.php?id=342>>. Acesso em: 02 out. 2010.

<sup>180</sup> Dados divulgados pela Previdência Social: Disponível em: <<http://dinheiro.br.msn.com/tributos/artigo.aspx?cp-documentid=25790148>>. Acesso em: 02 out. 2010.

Percebe-se, pois, cada vez mais, a prática do empréstimo irresponsável que ocorre não somente nas hipóteses acima descritas, como também no oferecimento do refinanciamento das dívidas pré-existentes através da aquisição de novos empréstimos pelos consumidores, especialmente os idosos.

Destaca-se, pois, como principais formas de prevenção ao superendividamento, a regulamentação da publicidade, a responsabilização pela má concessão do crédito e a necessidade de tratamento diferenciado para os consumidores idosos.

### 3.3 O Superendividamento: conceito, classificação e pressupostos

#### 3.3.1 O conceito do superendividamento e as dificuldades de aferição prática do grau de solvabilidade ante a ausência de dados efetivos

Maria Manuel Leitão Marques (2000) define o superendividamento como a situação em que o devedor “se vê impossibilitado, de uma forma durável ou estrutural, de pagar o conjunto de suas dívidas, ou mesmo quando existe uma ameaça séria de que o não possa fazer no momento em que elas se tornarem exigíveis”.<sup>181</sup>

A legislação especial francesa, por sua vez, no art. L.330-1 do *Code de la Consommation*, caracteriza<sup>182</sup> o superendividamento como a situação em que é “manifesta impossibilidade do devedor de boa-fé satisfazer o conjunto de suas dívidas não profissionais exigíveis e vincendas”<sup>183</sup>.

O superendividamento é, pois, sinônimo de insolvência do consumidor de boa-fé, em caso de impossibilidade de pagamento do complexo de dívidas não

---

<sup>181</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 2.

<sup>182</sup> Geraldo de Faria Martins da Costa explica que o superendividamento não é definido pela lei francesa, que optou por “caracterizar” a “situação de superendividamento”. COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 250.

<sup>183</sup> Tradução livre.

profissionais contraídas ou, ainda, quando exista uma séria ameaça de não cumprí-las quando se tornarem exigíveis.

Pode-se distinguir o superendividamento de outros termos a fim de propiciar um melhor delineamento do conceito<sup>184</sup>. O endividamento é a contração de crédito destinado à habitação ou ao consumo que passa a constituir um saldo devedor do agregado familiar. Quando o endividamento resultar de mais de uma dívida simultânea, fala-se em multiendividamento.

O incumprimento, por sua vez, é caracterizado pela negativa de quitação do saldo devedor, o que, todavia, não equivale ao superendividamento, porque não é sinônimo de incapacidade de pagamento, mas pode se dar por mera opção do devedor solvente.

Uma das grandes dificuldades na caracterização do fenômeno, na prática, especialmente no Brasil, encontra-se na carência de dados efetivos que permitam distinguir situações de mero incumprimento daquelas de sobreendividamento. As informações fornecidas pelos bancos de dados referem-se ao incumprimento, mas desatreladas dos motivos, donde não se consegue extrair o grau de solvabilidade dos consumidores inadimplentes.

Inexiste uma base valorativa a partir da qual o devedor será considerado superendividado. A situação deve ser aferida a partir do cálculo do ativo e do passivo do agregado familiar e das necessidades básicas em cada caso, levando-se em conta ainda todos os recursos do devedor, inclusive o patrimônio imobiliário<sup>185</sup>.

### 3.3.2 Classificação e consequências legais do superendividamento ativo e passivo

O superendividamento é classificado em duas espécies, a partir da contribuição ou não do devedor para a instauração da situação de insolvência<sup>186</sup>.

Será ativo, quando o consumidor contribuiu para se colocar em estado de insolvabilidade, contraindo dívidas de forma exagerada e sem planejamento pessoal.

---

<sup>184</sup> A distinção também é proposta por MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 2-3.

<sup>185</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo, RT, 2002, p. 119.

<sup>186</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 2.

Diz-se que o consumidor contribui para o estado de insolvência (e não causou) porque, ainda que se trate de uma má gestão orçamentária, não se pode olvidar que em inúmeras hipóteses a contração da dívida se dá de forma impulsiva e ao alvedrio das promessas publicitárias tão comuns na sociedade de consumo.

O superendividamento ativo é subdividido pela doutrina em duas categorias: consciente e inconsciente<sup>187</sup>.

O consciente é aquele proveniente de dívidas contraídas de má-fé por devedor convicto de que não irá honrá-las e de que o credor não encontrará meios para o recebimento do crédito. Apesar das dificuldades práticas de aferição da má-fé, este devedor não recebe apoio estatal para se recuperar, já que próprio conceito de superendividamento insere a boa-fé como pressuposto para sua caracterização.

O superendividado ativo inconsciente é aquele que contrai dívidas além das suas forças, de forma irrefletida, mas crendo na sua capacidade para honrá-las. É aquele que age por impulso, ludibriado pela publicidade e ou até mesmo por transtornos psicológicos percebidos na sociedade de consumo, como a compulsão pela compra.

André Périn Schimdt Neto (2009)<sup>188</sup> relata que “os tribunais estrangeiros costumam ponderar o comportamento do superendividado ativo inconsciente quando da análise dos pedidos de auxílio”, ficando na dependência da discricionariedade do julgador. Todo indivíduo está sujeito a comprar impulsivamente, contudo, há casos em que o consumo torna-se uma patologia denominada oneomania<sup>189</sup> e o consumidor não possui o controle do ato de comprar, sendo estes casos semelhantes ao vício de drogas e álcool. Há ainda, os consumidores considerados “analfabetos funcionais” que são considerados superendividados ativos inconscientes<sup>190</sup>. Eles são facilmente ludibriados pela incitação publicitária e pela abordagem promovida pelos fornecedores e endividam-se em virtude da complexidade da relação de consumo em relação ao seu nível cultural, já que não possuem condições de avaliar as consequências do endividamento. Podemos acrescentar, também, os consumidores que, em virtude da

<sup>187</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009, p. 21.

<sup>188</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009, p. 22.

<sup>189</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009, p. 23.

<sup>190</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009, p. 26.

sua idade, saúde, ou estado de necessidade são induzidos a contrair crédito desproporcional aos seus rendimentos. É o caso, por exemplo, dos consumidores idosos, que são frequentemente abordados pelos fornecedores através de ofertas pouco explicativas e correm o risco de contrair crédito além de suas forças em virtude da pressão sofrida.

O autor ressalta, ainda, que a grande dificuldade do julgador encontra-se na diferenciação clara do endividado ativo consciente do inconsciente nos casos concretos, o que traduz, em si, a análise da boa-fé do consumidor.<sup>191</sup>

Por outro lado, será passivo o superendividamento decorrente de fatores externos que desestabilizam a situação financeira do agregado familiar, que diminuem o orçamento de tal maneira que se torne impossível assumir os compromissos firmados em momento de segurança financeira. Tais fatores podem ser o desemprego, o divórcio, doença ou falecimento de familiar, alteração na conjuntura econômica nacional ou internacional, dentre outros.

O fenômeno do superendividamento passivo é muitas vezes decorrente de uma outra questão: a exclusão social<sup>192</sup>. Em grande parte dos casos, a contração de crédito é um imperativo de sobrevivência, com o objetivo de quitar despesas correntes do agregado familiar, que se vê impossibilitado de viver dignamente com o orçamento doméstico.

A legislação estrangeira tende a conferir tratamento diferenciado para o superendividado passivo por reconhecer que, atualmente, o maior número de casos de superendividamento decorre da necessidade de subsistência. Na França, em que os sentimento de solidariedade e justiça social são imperativos na luta contra as exclusões sociais, a lei de 29.07.1998, instituiu algumas medidas específicas para estes casos de superendividamento passivo.

Esta lei ambicionava enfrentar sistematicamente o problema da reintegração dos excluídos<sup>193</sup>, declarando em seu art. 1º, que “a luta contra as exclusões é um imperativo nacional fundado sobre o respeito da igual dignidade de todos os seres

---

<sup>191</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009, p. 22.

<sup>192</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 232, 236.

<sup>193</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 236.

humanos e uma prioridade do conjunto de políticas públicas da nação”<sup>194</sup>. Por isso, algumas das medidas instituídas foram a suspensão da exigibilidade de dívidas por um período de até três anos, quando não for possível realizar um plano de renegociação que envolva todo o complexo de dívidas do consumidor<sup>195</sup> e a liquidação total ou parcial da dívida de um devedor superendividado que permanece insolvente mesmo após este período de suspensão.

O quadro abaixo resume a classificação do superendividamento ativo e passivo e o tratamento que lhes é conferido pelo Estado:

<b>Classificação do superendividamento</b>	
<b>Superendividado ativo</b> (endivida-se voluntariamente, abusando do crédito)	<b>Ativo consciente</b> - contrai dívidas de má-fé. Age com reserva mental. Não recebe apoio estatal para recuperar-se
	<b>Ativo inconsciente</b> – age impulsivamente e imprevidentemente, deixando de fiscalizar seus gastos. Os tribunais ponderam o comportamento deste superendividado, estado sujeitos à discricionariedade. Há uma tendência a classificar parte deles como doentes ou analfabetos funcionais.
<b>Superendividado passivo</b>	O sujeito endivida-se em decorrência de fatores externos. Não goza de recursos suficientes para satisfazer suas necessidades mínimas. Deve receber tratamento estatal diferenciado.

<sup>194</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 236.

<sup>195</sup> PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 29.07.1998 relativa à luta contra as exclusões sociais. Traduzido por Karen Rick Danilevicz Bertencello. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 114.

### 3.3.3 Os pressupostos para a caracterização da situação de superendividamento como requisitos para admissibilidade dos pedidos de reestruturação do passivo

A partir da conceituação do instituto, a doutrina<sup>196</sup> destaca alguns pressupostos para a caracterização do superendividamento.

O primeiro é que o devedor seja pessoa física. Este requisito se deve ao fato de que, em se tratando de pessoa jurídica, aplica-se a legislação específica que rege a falência e a recuperação judicial<sup>197</sup>.

O segundo requisito é a boa-fé do devedor. A análise da boa-fé é casual e feita após a abertura do procedimento, a partir do comportamento do consumidor. Geraldo Martins da Costa (2006)<sup>198</sup>, explica que a boa-fé é presumida quando da abertura do procedimento. Para que uma demanda não seja admitida, é necessária a comprovação da má-fé do devedor mediante uma análise de seu comportamento quando da conclusão dos contratos de crédito. Esta análise será feita, no caso da França, pelas Comissões de Superendividamento<sup>199</sup>. Conforme visto, o superendividado ativo não é necessariamente considerado consumidor de má-fé, já que, além da existência de patologias relacionadas ao consumo, o fenômeno também se insere em toda a problemática atinente à sociedade de consumo, na agressividade das mensagens publicitárias, na forma de interpelação do consumidor em geral, sendo que a análise da boa-fé deve ser feita em cada caso.

Com efeito, as Comissões de Superendividamento francesas já consideraram de boa-fé devedores que “aprisionados por uma espiral de endividamentos, agravaram sua situação para pagar dívidas antigas”<sup>200</sup>, bem como consideraram de má-fé devedores que contraíram dívidas muito além de suas forças ou que em

---

<sup>196</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 115.

<sup>197</sup> No Brasil a lei aplicável é a 11.101/2005.

<sup>198</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 116.

<sup>199</sup> A prova em contrário cabe às comissões (quando analisam o comportamento do devedor) e ao credor, que também pode alegar a má-fé do devedor quando o procedimento for admitido.

<sup>200</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 118.

estado de insolvência notória, tomaram empréstimos para efetuar novas despesas<sup>201</sup>.

O terceiro pressuposto refere-se à origem das dívidas. O conjunto de dívidas levadas em conta para a verificação do superendividamento são aquelas não decorrentes da atividade profissional do devedor, e, portanto de natureza alimentar, fiscal, de consumo, decorrentes de serviços essenciais ou de garantias prestadas, dentre outras. Esta limitação é imposta com o intuito de conter a concessão desmedida de crédito ao consumo<sup>202</sup> destinado a fins pessoais. As dívidas profissionais são levadas em conta na elaboração do plano de recuperação juntamente com as dívidas de origem não profissional, a fim de possibilitar o seu cumprimento de acordo com a condição financeira do devedor<sup>203</sup>.

O quarto pressuposto é a impossibilidade manifesta do devedor de fazer face ao conjunto de suas dívidas ou séria ameaça de que não consiga fazê-lo quando as dívidas se tornarem exigíveis. Não basta uma dificuldade de pagamento momentânea<sup>204</sup>, o estado de insolvência deve estar caracterizado. Este se dará a partir da comparação do passivo e do ativo do devedor e das necessidades básicas do agregado familiar. Em relação ao ativo são considerados os bens imóveis e rendimentos em geral (salário, alugueres, pensão, aposentadoria etc) e no passivo, além das dívidas não profissionais, aquelas relativas à subsistência<sup>205</sup>, já que deve ser deixado à disposição do superendividado um mínimo vital para quitação das despesas ordinárias, o denominado *reste à vivre*.

A legislação francesa preocupou-se, a partir da lei de 29.07.1998, em manter à disposição do devedor este mínimo vital, por acreditar que não se deve retirar dele todo o meio de subsistência. A experiência havia demonstrado que a ausência total

---

<sup>201</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 118.

<sup>202</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009, p. 17.

<sup>203</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 119.

<sup>204</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 120.

<sup>205</sup> LIMA, Clarissa Costa. O MERCOSUL e o desafio do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 73, jan.-mar. 2010, p. 32.

de recursos para quitação das despesas básicas gerava grande possibilidade do devedor deixar de honrar os compromissos assumidos perante as comissões<sup>206</sup>.

O quinto pressuposto para a caracterização da situação de superendividamento refere-se à exigibilidade das dívidas. O tratamento não abrange somente as dívidas vencidas, mas também as vincendas. Antes mesmo de incorrer em mora, o devedor pode demandar os benefícios do procedimento perante as comissões de superendividamento<sup>207</sup>, a fim de inclusive prevenir a situação quando existir uma séria ameaça de incumprimento no momento em que as dívidas se tornarem exigíveis. O quadro que se segue descreve resumidamente os pressupostos que caracterizam o superendividamento que deve receber o apoio estatal:

<b>Pressupostos para a caracterização do superendividamento</b>	<b>1. Devedor pessoa física</b>
	<b>2. Boa-fé:</b> análise feita casualmente pelas comissões. Requisito para admissão da demanda.
	<b>3. Dívidas de natureza não profissional</b> (créditos contraídos, dívidas alimentar, fiscal, decorrentes de serviços essenciais ou de garantias prestadas etc)
	<b>4. Impossibilidade manifesta</b> do devedor fazer face ao conjunto de suas dívidas, não momentânea.
	<b>5. Dívidas vencidas e vincendas</b> (antes de incorrer em mora, o devedor pode demandar os benefícios. Basta a séria ameaça de incumprimento)

<sup>206</sup> LIMA, Clarissa Costa. O MERCOSUL e o desafio do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 73, jan.-mar. 2010, p. 35.

<sup>207</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 120.

### 3.4 O perfil do superendividado no Brasil: a essencialidade da observação como etapa prévia à implantação do tratamento legal

Embora inexista um perfil específico para o sobreendividado, conforme alerta Gilles Paisant (2002)<sup>208</sup>, as conclusões das pesquisas realizadas no Brasil se prestam a indicar os rumos para uma adequada prevenção e tratamento destes casos. A observação é a primeira etapa para a implantação de qualquer espécie de intervenção. A partir do conhecimento da realidade do superendividamento, criam-se as bases para a aplicação das medidas adequadas para prevenir e tratar os casos<sup>209</sup>.

Com efeito, a expansão e a democratização do crédito geraram, no Brasil, consequências similares àquelas vislumbradas nos Estados Unidos e na Europa, como, por exemplo, a utilização do crédito para pagamento dos serviços de saúde e educação, especialmente entre os consumidores de baixa e médio-baixa renda, bem como a sua ampla utilização para a aquisição de bens de consumo. “Já se diz que o uso do crédito nas finanças domésticas está se tornando tão comum que o acesso igualitário ao crédito está se convertendo em um direito social muito semelhante ao acesso a empregos, moradia, serviços médicos, entre outros”<sup>210</sup>.

Contudo, alerta Clarissa Costa de Lima (2010)<sup>211</sup> que, o baixo rendimento de grande parte da população brasileira, pode contribuir para o rápido alastramento do superendividamento, “pois qualquer imprevisto ou acidente da vida desequilibra o orçamento doméstico e impossibilita o pagamento das dívidas, muitas vezes com prejuízo ao sustento da família”.

Na área comportamental, verifica-se a irracionalidade na tomada da decisão, ou seja, os consumidores subestimam ou desconhecem os riscos, contraindo crédito

---

<sup>208</sup> PAISANT, Gilles. El tratamiento del sobreendeudamiento de los consumidores em derecho francés. In: *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 42, abril-junho. 2002, p 9 . O autor relata que qualquer categoria profissional, empregados, autônomos, funcionários públicos bem como qualquer pessoa, seja solteiro, casado, divorciado pode estar sujeito a este mal

<sup>209</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 194.

<sup>210</sup> LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento In In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 193.

<sup>211</sup> LIMA, Clarissa Costa. O MERCOSUL e o desafio do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 73, jan.-mar. 2010, p. 17.

além de suas forças ou, na grande maioria dos casos, sem a apreciação das possíveis consequências nas hipóteses de uma mudança repentina na conjuntura financeira do agregado familiar.

Neste exato sentido, as pesquisas realizadas nos estados do Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro<sup>212</sup> concluíram que 70% dos entrevistados são superendividados passivos, no Rio Grande do Sul, e no Rio de Janeiro este percentual chega a 73%. Ou seja, não são pessoas que contraem crédito de forma desmedida, mas que carecem de condições financeiras para arcar com os custos das despesas básicas.

As causas indicaram o superendividamento passivo decorrente de doença, acidente, divórcio, morte, sendo que o desemprego lidera dentre elas (50% dos casos no Rio de Janeiro e 36,2%, no Rio Grande do Sul).

Em relação ao sexo e à idade, os endividados são, no Rio Grande do Sul, em sua maioria mulheres (55%), de 30 a 50 anos (66%) e 69% são pessoas não casadas. No Rio de Janeiro, 53% dos entrevistados eram homens e 47% mulheres. Iain Ramsay (2007) defende que o elevado número de mulheres superendividadas reflete a “tendência histórica a identificar o consumo excessivo com as mulheres”.<sup>213</sup>

Ousamos discordar deste entendimento, pelo fato de que o endividamento de grande parte destas mulheres não decorre do consumo excessivo, mas das dificuldades financeiras advindas do divórcio, que, como fator característico da pós-modernidade, vem crescendo consideravelmente em todo o mundo<sup>214</sup>. Maria Manuel Leitão Marques (2000)<sup>215</sup> observa que a menor estabilidade dos casamentos é um fator que contribui largamente para o aumento do superendividamento. O divórcio contribui não apenas para a procura do crédito pelo ex-cônjuge economicamente

---

<sup>212</sup> A pesquisa realizada no Rio Grande do Sul no ano de 2004, abrangendo 100 casos de superendividamento foi liderada pela professora Claudia Lima Marques e todos os dados e conclusões encontram-se disponíveis em: MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 255/309. A pesquisa realizada no Rio de Janeiro intitulada Superendividado no Rio de Janeiro, sob responsabilidade de Heloísa Carpena e Rosângela Lunardelli Cavallazzi em parceria com diversas instituições foi realizada entre os meses de janeiro e setembro de 2005 e abarcou 31 consumidores superendividados. Os dados encontram-se disponíveis em: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividado: referências no Brasil. *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 310-344.

<sup>213</sup> RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (Bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a Bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor* n.º 63. São Paulo: RT, julho-setembro 2007, p. 234.

<sup>214</sup> A este respeito, comentamos sobre a liquidez dos afetos no primeiro capítulo do presente estudo.

<sup>215</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 65.

mais fraco, mas também para a dificuldade de pagamento das prestações já assumidas. Observa-se que esta situação é semelhante em todo o mundo, na Argentina, por exemplo, a depreciação monetária, o desemprego crescente e a separação ou divórcio dos casais são os fatores de maior contribuição para o aumento do superendividamento<sup>216</sup>. Nos EUA, igualmente, uma das causas tidas como principais para o aumento do número de processos de falências são os fatores de instabilidade familiar, como o divórcio<sup>217</sup>. Na França, por sua vez, no ano de 2000, o divórcio representava a causa de 12% dos casos de superendividamento.

A ruptura das unidades familiares pela separação e o divórcio é causa do elevado número de mulheres superendividadas, pois, na maioria dos casos, elas assumem a guarda dos filhos e, com isso, a maior parte das despesas antes arcadas pelo casal ou exclusivamente pelo marido. Há, ainda, inúmeros relatos de mulheres que contraem empréstimos para a subsistência da família por não poderem contar com o auxílio financeiro do ex-marido<sup>218</sup>.

Verificou-se, ainda, que 45% dos entrevistados no Rio de Janeiro possuem três ou mais dependentes e, no Rio Grande do Sul, 65% sustentam uma família de três a quatro pessoas (por exemplo, uma mulher e seus dois filhos), o que demonstra que o superendividamento afeta grande número de pessoas que não possuem relação direta com o crédito. Em muitos destes casos, o mínimo existencial não é resguardado para o agregado familiar e, principalmente, para o chefe da família, que sacrifica os próprios meios de subsistência em favor dos demais membros.

---

<sup>216</sup> LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento In In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 204 Outro exemplo foi citado no início do capítulo, quando discorremos acerca dos cartões de crédito, relatado por Iain Ramsay e trata da situação de uma mãe de família canadense que se superendividou após um difícil divórcio.

<sup>217</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 278.

<sup>218</sup> A professora Miriam de Abreu Machado e Campos, em sua obra que trata sobre a divisão das expectativas entre os cônjuges, relata que muitas mulheres exercem a administração do lar na constância do casamento, abdicando do exercício de uma atividade profissional em favor da educação dos filhos e, após o divórcio que encerra um casamento de longos anos, têm o dever de se sustentar, o que é respaldado por uma interpretação do princípio da isonomia desprovida de qualquer justiça. Realidades como estas são freqüentemente associadas aos casos de superendividamento. CAMPOS, Miriam de Abreu Machado e. *Família no direito comparado: divisão das expectativas de aposentadoria entre os cônjuges*. Belo Horizonte: Del Rey, 2003, p. 603.

Dentre os entrevistados no Rio de Janeiro, 94% possuíam mais de 21% da renda mensal comprometida e 39% dos entrevistados comprometem 60% ou mais de sua renda.

Um dos números mais alarmantes refere-se à inexigência de garantias: no Rio Grande do Sul, em 77% dos casos o credor não exigiu garantias para conceder o crédito (dos 23% que exigiram, as garantias foram: fiança, 64,2%, cheques pré-datados, 28,5% e hipoteca, 7,4%). No Rio de Janeiro, este percentual alcançou 88% e em somente 39% dos casos o contrato foi precedido da solicitação de comprovação de renda.

Somente em 13% dos relatos o total do crédito foi calculado pela empresa credora no Rio de Janeiro e, no Rio Grande do Sul, este percentual equivaleu a 37%.

Os dados de 2004 apontavam que as pessoas com mais de 60 anos somavam 11% dos entrevistados, donde se concluiu que o maior índice de endividamento ocorre no período de vida de maior produtividade. Contudo, alerta Claudia Lima Marques (2006)<sup>219</sup>, que esta investigação foi realizada antes do bombardeio publicitário do crédito fácil e sem limites para os aposentados, especialmente na forma do crédito consignado. Atualmente, estima-se que este número tenha aumentado consideravelmente, em virtude do exorbitante crescimento do número de empréstimos concedidos a idosos, de forma a alterar este quadro para um elevado percentual de superendividados aposentados.

Apesar de não se poder afirmar a respeito do perfil do superendividado com exatidão, até mesmo porque as pesquisas foram realizadas nos anos de 2004 e 2005 e restringiram-se ao âmbito de apenas dois estados da federação (abarcando um pequeno número de consumidores), os resultados indicam que as maiores causas do superendividamento não provêm do recurso excessivo ao crédito, mas da diminuição dos rendimentos da população por conta de áleas da vida, que obviamente somam-se à contração irrefletida do crédito, sem a prévia análise das efetivas possibilidades de reembolso.

Eventual legislação a ser criada deve partir do pressuposto de que o superendividamento hoje espelha a exclusão social no país, afetando, inclusive,

---

<sup>219</sup> MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 304.

grande número de pessoas que não têm relação direta com o crédito e de que algumas práticas perpetradas pelos fornecedores contribuem largamente para que o crédito contraído pelo consumidor se torne uma dívida impagável.

Analisados o conceito e os pressupostos para a caracterização do superendividamento, o trabalho segue com o estudo de dois princípios essenciais ao tema e que serão aplicados às hipóteses de prevenção e tratamento do superendividamento.

### 3.5 A aplicação da Boa-fé e da Dignidade da Pessoa Humana ao superendividamento

#### 3.5.1 Princípio da Dignidade da Pessoa Humana: a urgência de se tratar o superendividamento como fenômeno social e a garantia do mínimo existencial como forma de concretização do Estado Democrático de Direito

A dignidade da pessoa humana, como princípio fundamental integrante da ordem jurídica constitucional, deve orientar tanto as ações estatais e privadas, como a legislação infraconstitucional e as decisões judiciais, por tratar-se de um dos alicerces do Estado Democrático de Direito, inexistindo, pois, âmbito jurídico no qual ele não deva necessariamente incidir.

Na seara do superendividamento, fenômeno cada vez mais frequente e que não encontra solução adequada no ordenamento brasileiro, é de se concluir que sua análise jurídica não passa pela ótica da dignidade da pessoa humana.

José Reinaldo Lima Lopes (1996)<sup>220</sup> já havia observado que a problemática não é encarada como uma questão social, mas meramente pessoal, a partir da visão do devedor como um indivíduo descontrolado, doente ou de índole duvidosa. É preciso, de outro norte, encarar o endividamento a partir da oferta, da facilidade do crédito, da agressividade da publicidade e de todos os fatores que geram atitudes

---

<sup>220</sup> O autor relata que a questão “é tratada como um problema pessoal (moral muitas vezes)” pela sociedade. LOPES, José Reinaldo Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – Uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor* 17/59, São Paulo: RT, jan-mar.1996, p. 59.

impulsivas e patologias humanas associadas ao consumo e conferir ao crédito e ao superendividamento um tratamento destinado a um fenômeno próprio da sociedade de consumo, ao qual todos os indivíduos estão sujeitos, independentemente de classe social, sexo, profissão ou índole.

O tratamento legal do superendividamento é, pois, uma questão de assegurar a efetividade do princípio da dignidade da pessoa humana no Estado Democrático de Direito em vista de uma situação social que marginaliza os indivíduos superendividados, retirando-lhes, não apenas os meios materiais de sobrevivência, mas a própria auto-estima e sentimento de ser digno da confiança e do respeito alheio, sendo encarados como meros inadimplentes.

A estes consumidores deve ser dado um tratamento legal que assegure um meio de resolução para esta situação, até mesmo, porque, conforme asseverado, em sua maioria, são indivíduos que carecem de condições financeiras para arcar com as despesas básicas do agregado familiar. Uma parcela expressiva dos superendividados vale-se do crédito como único recurso para cobrir despesas ordinárias devido à insuficiência da renda familiar ou, muitas vezes, em consequência da má administração do orçamento doméstico. Esta parcela da população é a mais atingida pelo flagelo do superendividamento, devido à inexistência de tratamento destas situações e dos precários instrumentos de prevenção no Direito brasileiro.

Por isso, pode-se dizer que o superendividamento é um fenômeno que gera exclusão social e ao mesmo tempo é o espelho dela, já que além de serem em sua maioria indivíduos que se endividaram devido às áleas da vida, tornam-se marginalizados do mercado de consumo, dos ciclos sociais e ainda ficam estigmatizados como maus pagadores, o que gera inúmeros transtornos de ordem psicológica. As conclusões obtidas a partir do projeto piloto de tratamento do superendividamento no Poder Judiciário do Rio Grande do Sul<sup>221</sup> constataam a existência deste estigma do “mau pagador” em grande parte dos consumidores, pois “na maior parte dos casos, faziam questão de explicar os motivos que os levaram ao

---

<sup>221</sup> O projeto-piloto é de autoria das juízas Clarissa Costa Lima e Karen Bertoncello e foi criado com base no projeto “Movimento pela Conciliação” do Conselho Nacional de Justiça e encontra-se em funcionamento desde o ano de 2006, tendo passado a integrar o texto da Consolidação Normativa Judicial do Estado do Rio Grande do Sul. O procedimento tem caráter voluntário e encerra-se com a audiência de conciliação.

inadimplemento (...) deixando evidente a vergonha de estar acometido pelo superendividamento”<sup>222</sup>.

O tratamento destas situações pela legislação não se equivale, conforme observado por Geraldo Martins da Costa (2006),<sup>223</sup> de uma “satanização” da figura do credor e um paternalismo exacerbado em relação à figura do devedor. Os interesses dos credores não são ignorados. Aliás, inversamente, em um país como o Brasil, no qual a frustração das execuções é uma constante, gerando processos infrutíferos que se arrastam durante anos pelo judiciário, a reestruturação das dívidas configura a possibilidade do efetivo recebimento por parte do credor. Portanto, conferir um tratamento adequado ao consumidor superendividado é sinônimo de garantir a sua inserção social mediante a reestruturação do passivo, e de conferir ao credor meios de recebimento do crédito, efetivando, assim, a recomposição da estrutura econômica do devedor de modo a preservar sua existência digna, tanto no sentido material quanto psicológico.

No mesmo vértice, deve-se observar que o princípio da dignidade da pessoa humana posto em prática permite ao indivíduo a realização do seu projeto existencial<sup>224</sup> e o livre desenvolvimento de sua personalidade, com a garantia de que toda coação externa que implique na degradação da sua existência seja obstada<sup>225</sup>. Para tanto, é exigida do Estado uma conduta negativa, a fim de impedir a intervenção dos órgãos estatais, entidades sociais e particulares na liberdade e nos bens fundamentais dos indivíduos (como por exemplo, proteção da moradia e do salário pela vedação à penhora) e também uma conduta positiva, no sentido de assegurar uma existência digna propriamente dita, seja através de políticas públicas, da legislação a ser criada, ou da sua aplicação pelas decisões judiciais, que devem assegurar os direitos fundamentais do indivíduo.

---

<sup>222</sup> BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz; LIMA, Clarissa Costa de. Conciliação aplicada ao superendividamento: estudo de casos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009, p. 139.

<sup>223</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 250.

<sup>224</sup> MIRANDOLA, Pico della. Trad. Luiz Feracine. A dignidade do homem. São Paulo: GRD, 1988.p.8 *apud* COELHO, Luiz Eduardo de Toledo. Os direitos fundamentais e o princípio da dignidade da pessoa humana aplicado às relações privadas. *Revista de Direito Constitucional e Internacional*, São Paulo: RT, n. 67, abr.-jun. 2009.

<sup>225</sup> FLOREZ-VALDEZ, Joaquim. Arce. Los principios generales Del Derecho y su formulación constitucional. Madri: Civitas, 1990, *apud* COELHO, Luiz Eduardo de Toledo. Os direitos fundamentais e o princípio da dignidade da pessoa humana aplicado às relações privadas. *Revista de Direito Constitucional e Internacional*, São Paulo: RT, n. 67, abr.-jun. 2009, p. 140.

Neste sentido, Ingo Wolfgang Sarlet (2007)<sup>226</sup> observa que a dignidade da pessoa humana somente estará assegurada, em termos de condições básicas a serem garantidas pelo Estado e pela sociedade, onde a todos e a qualquer um estiver assegurada nem mais nem menos do que uma vida saudável. E para tanto, deve ser assegurado ao indivíduo um mínimo existencial para sua sobrevivência, que compreende “o conjunto de prestações materiais indispensáveis para assegurar a cada pessoa uma vida condigna (portanto, saudável)”<sup>227</sup>.

A dogmática de uma garantia fundamental às condições materiais para uma sobrevivência digna foi elaborada primeiramente na Alemanha, no início da década de 1950, pelo publicista Otto Bachof, que sustentou a existência de um direito subjetivo a recursos mínimos para uma existência digna em decorrência do princípio da dignidade da pessoa humana<sup>228</sup>. Ele sustentava que este princípio não reclama apenas a garantia da liberdade, mas também um mínimo de segurança social, pois sem os recursos indispensáveis, a própria dignidade da pessoa humana ficaria sacrificada.

Deste modo, a efetiva garantia de uma existência digna reclama mais do que a mera sobrevivência física, situando-se além da pobreza absoluta. “Sustenta-se neste sentido, que uma vida sem alternativas não corresponde às exigências da dignidade humana, a vida humana, não pode ser reduzida à mera existência”<sup>229</sup>. A garantia de um mínimo existencial, portanto, coaduna-se com uma vida com qualidade, e não em meio à miserabilidade, sob pena de se aniquilar o próprio princípio da dignidade da pessoa humana.

Posto isso, ressalva-se que o tratamento do superendividamento não pode retirar do indivíduo todo o meio para sua subsistência, sob pena de tornar-se semelhante à malfadada insolvência civil e incorrer-se em total ineficácia do instituto.

---

<sup>226</sup> SARLET, Ingo Wolfgang. Direitos fundamentais sociais, mínimo existencial e direito privado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 61, jan.mar. 2007, p. 105.

<sup>227</sup> SARLET, Ingo Wolfgang. Direitos fundamentais sociais, mínimo existencial e direito privado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 61, jan.mar. 2007, p. 105.

<sup>228</sup> SARLET, Ingo Wolfgang. Direitos fundamentais sociais, mínimo existencial e direito privado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 61, jan.mar. 2007, p. 100.

<sup>229</sup> SARLET, Ingo Wolfgang. Direitos fundamentais sociais, mínimo existencial e direito privado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 61, jan.mar.2007, p. 102. O autor observa, ainda que o conteúdo do mínimo existencial não pode ser confundido com o que se tem chamado de mínimo vital ou mínimo de sobrevivência. Este último refere-se à garantia da vida humana, sem necessariamente abranger as condições para garantir uma vida com certa qualidade.

Gilles Paisant (2006)<sup>230</sup> observa que a preocupação da situação material do devedor em reestruturação na França, após a lei de 1998 que instituiu a exigência de ser-lhe resguardado um mínimo vital, foi fruto da experiência adquirida. Com efeito, a retirada de todo meio de subsistência do devedor dava azo ao insucesso das medidas de reestruturação do passivo, pois o devedor se valia dos recursos que deveriam ser destinados para saldar a dívida para a própria subsistência. Trata-se, outrossim, de medida de cunho não somente humanitário, mas também essencial à eficácia do instituto.

Dito isto, deve-se ressaltar que a garantia ao mínimo existencial independe de previsão expressa, para ser reconhecida, pois decorre da proteção da vida e da dignidade da pessoa humana, que já é um princípio fundamental da ordem jurídica constitucional<sup>231</sup>.

Por derradeiro, deve-se salientar que a concretização do princípio da dignidade da pessoa humana na prevenção e tratamento do superendividamento passa não somente pela regulamentação do instituto em si e pelo resguardo de meios que assegurem um mínimo existencial para o consumidor, mas também pela proteção legal em casos em que a efetividade deste princípio possa encontrar-se ameaçada. Trata-se, por exemplo, de prever proteção especial a grupos de consumidores, como os idosos, que são atualmente alvo das campanhas publicitárias que estimulam o crédito, bem como aos garantes das relações creditícias, que respondem nas mesmas condições do devedor principal e correm o risco de superendividar-se pela inexistência de proteção específica. Conforme visto, qualquer ameaça aos direitos fundamentais deve ser rechaçada pelo Estado e, ao longo do texto, serão propostas medidas legais que visem a prevenir o superendividamento destes grupos.

---

<sup>230</sup> PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 29.07.1998 relativa à luta contra as exclusões sociais. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 127.

<sup>231</sup> SARLET, Ingo Wolfgang. Direitos fundamentais sociais, mínimo existencial e direito privado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 61, jan.mar.2007, p. 105.

### 3.5.2 A aplicação da boa-fé ao superendividamento

No Brasil, o Código Comercial foi a primeira lei a tratar da boa-fé objetiva. Em seu art. 131, § 1º<sup>232</sup>, trazia a aplicação do princípio como vetor interpretativo dos contratos. Contudo, tal dispositivo não obteve o devido respaldo doutrinário e jurisprudencial, sendo o provável motivo deste descaso o “espírito liberal da época, infenso, por natureza, a tudo quanto, em matéria de contrato, não tivesse gênese na vontade humana”<sup>233</sup>.

O Código Civil de 1916, fruto da dogmática oitocentista, previu a boa-fé em alguns dispositivos, mas somente em sua acepção subjetiva, como por exemplo nos artigos 490 (posse de boa-fé), 551 (usucapião) e 510 (indenização por benfeitorias ao possuidor de boa-fé).

Somente no ano de 1990, com a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, a boa-fé objetiva ganhou respaldo legal, passando a ser devidamente abordada pela doutrina e jurisprudência, tendo sido prevista no artigo 4º, III, como princípio geral das relações de consumo e no artigo 51, IV, como vetor interpretativo dos contratos, determinando a nulidade das cláusulas contrárias aos seus preceitos éticos. O Código Civil de 2002, por sua vez, instituiu a cláusula geral da boa-fé no artigo 422, que passou a reger todo o direito obrigacional brasileiro.

Na seara do superendividamento, a análise da boa-fé em suas acepções subjetiva e objetiva respalda tanto a conceituação do instituto como a análise do comportamento das partes na fase contratual e nos momentos que antecedem e sucedem o vínculo.

Nesta ótica, a boa-fé objetiva será aferida a partir dos comportamentos que levaram o sujeito ao superendividamento e a sua conjuntura econômica antes e após a caracterização desta situação, a fim de verificar os motivos determinantes que o levaram a se superendividar. Contudo, também devem ser levadas em conta as suas características psico-sociais, a fim de avaliar o grau de ignorância e eventual existência de patologias relacionadas ao consumo. Neste ponto, utiliza-se a

---

<sup>232</sup> Art. 131. Sendo necessário interpretar as cláusulas do contrato, a interpretação, além das regras sobreditas, será regulada sobre as seguintes bases: §1º - a inteligência simples e adequada, que for mais conforme à boa fé, e ao verdadeiro espírito e natureza do contrato, deverá sempre prevalecer à rigorosa e restrita significação das palavras.

<sup>233</sup> SAMPAIO, Laerte Marrone de Castro. *A boa-fé objetiva na relação contratual*. Manole: Barueri, 2004.

boa-fé subjetiva. Com efeito, a acepção subjetiva da boa-fé traduz, nos dizeres de Menezes Cordeiro, “um estado de ignorância desculpável”<sup>234</sup> do sujeito, que, “tendo cumprido com os deveres de cuidado impostos pelo caso, ignora determinadas eventualidades”<sup>235</sup>.

A análise deve, portanto, ser pontual, havendo para o julgador, como norte, as presunções de boa-fé do superendividado passivo e ativo inconsciente, a partir dos motivos que os inseriram nesta situação ou ainda pela ignorância do consumidor considerado “analfabeto funcional” e daquele que sofre de doenças relacionadas ao consumo. Neste ponto, remeto o leitor para os itens que abordaram o conceito e pressupostos do superendividamento a fim de proporcionar uma análise mais completa da boa-fé subjetiva na caracterização do superendividamento.

Por outro lado, a acepção objetiva da boa-fé, trazida para o contexto do superendividamento e ante a ausência de regulamentação específica no Brasil, se revela de grande importância para conferir soluções jurídicas a casos de endividamento excessivo oriundos da violação aos deveres de conduta das partes. As funções da boa-fé, que orientam o comportamento das partes durante a conclusão do negócio jurídico e após o seu término, são atualmente, as grandes armas colocadas à disposição do Poder Judiciário para conferir soluções equitativas aos casos de consumidores superendividados em virtude de más condutas dos fornecedores, bem como, em algumas hipóteses, possibilitar a renegociação do contrato.

A doutrina<sup>236</sup> destaca três funções desempenhadas pela boa-fé objetiva nas relações obrigacionais: a primeira delas é a de vetor interpretativo das relações e contratos, de forma que a melhor interpretação será sempre aquela baseada na boa fé. Esta é a função de cânone hermenêutico integrativo da relação contratual, na qual a boa-fé exerce o papel de preencher todas as lacunas porventura existentes nos contratos. A segunda é a função limitadora do exercício dos direitos subjetivos, restringindo a liberdade de atuação dos parceiros contratuais a fim de se evitar o abuso, bem como considerando ilícitas certas condutas. A terceira função é a criação dos chamados deveres de conduta anexos aos contratos, que são

---

<sup>234</sup> CORDEIRO, Antônio Manuel da Rocha e Menezes. *Da boa-fé no direito civil*. Coimbra: Almedina, 2007, p. 516.

<sup>235</sup> CORDEIRO, Antônio Manuel da Rocha e Menezes. *Da boa-fé no direito civil*. Coimbra: Almedina, 2007, p. 516.

<sup>236</sup> AGUIAR JR., Ruy Rosado de. A boa-fé nas relações de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 14, abr.-jun. 1995, p. 25.

autônomos e independentes da vontade dos contratantes, construindo um regramento objetivo para o negócio. Menezes Cordeiro<sup>237</sup> classifica os deveres anexos em deveres de proteção, de esclarecimento e de lealdade. Além destes, há o dever de assistência ou cooperação<sup>238</sup>.

Destes, podemos destacar os deveres acessórios de esclarecimento ou informação, existentes desde o período pré-contratual até o *post pactum finitum*, que obrigam as partes a prestarem esclarecimentos mútuos sobre todos os aspectos da relação contratual, possíveis efeitos e quaisquer circunstâncias que possam advir do vínculo<sup>239</sup>. Uma das subespécies dos deveres de esclarecimento são os deveres de conselho, que relacionam-se à personalização da informação sobre o produto ou serviço mais adequado ao consumidor. Estes deveres têm especial relevância nos contratos de crédito por fundamentarem-se na confiança necessária<sup>240</sup> que o consumidor deposita no profissional que detém o conhecimento da operação. Eles serão melhor delineados ao longo do presente estudo, em particular, na responsabilização do fornecedor que concede crédito de forma irresponsável.

Destacam-se, ainda, os deveres de cooperação e lealdade, que consistem no auxílio mútuo dos contratantes para manter o equilíbrio contratual e evitar o superendividamento, especialmente em contratos de longa duração, impondo um dever de cuidado durante toda a execução do contrato. Com fulcro neste dever, que tem suas raízes no princípio da dignidade da pessoa humana e na teoria do adimplemento substancial, a doutrina européia criou o dever geral de renegociação destes contratos de longa duração. Mantém-se o negócio, porém de forma adaptada às novas condições do consumidor, permitindo que ele possa saldar suas dívidas de acordo com sua capacidade econômica e manter uma sobrevivência digna. Estes deveres também serão novamente analisados quando do estudo das soluções jurídicas conferidas pela jurisprudência brasileira aos casos de superendividamento.

---

<sup>237</sup> CORDEIRO, Antônio Manuel da Rocha e Menezes. *Da boa-fé no direito civil*. Coimbra: Almedina, 2007, p. 604

<sup>238</sup> NORONHA, Fernando *Direito das Obrigações*. São Paulo: Saraiva, 2003, v. 1, p. 84.

<sup>239</sup> Muitos destes deveres são expressamente previstos na legislação consumerista ou em normas regulamentares, a título de exemplo: o dever do fornecedor de advertir sobre a periculosidade de produtos nocivos à saúde. Art 9º do CDC.

<sup>240</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 239.

Os autores germânicos *Jauering* e *Vollkommer*, desenvolveram funções potencializadas para a boa-fé,<sup>241</sup> e as dividiram em quatro espécies: a) função de complementação ou concretização da relação, que possibilitam ao julgador precisar os direitos e deveres específicos para cada relação contratual<sup>242</sup>, através da valoração das práticas do fornecedor, das cláusulas contratuais e dos fins colimados pelo pacto. O juiz tem a função de equilibrar o contrato de forma a atender os interesses legítimos das partes. b) função de controle e limitação das condutas. Esta é uma regra que permite ao julgador atuar efetivamente na limitação de disposições contratuais danosas ao consumidor ou atuações que violem a boa-fé objetiva. Assim, o magistrado pode declarar nulas as cláusulas abusivas e limitar condutas que violem este princípio. c) função de correção e de adaptação em caso de mudança das circunstâncias: esta função permite que o julgador adapte o conteúdo do contrato de acordo com as circunstâncias visando à sua manutenção. Um exemplo é a imposição do dever de renegociação do pacto em virtude da quebra da base subjetiva do negócio em virtude de um acontecimento na vida do consumidor como a perda do emprego ou em virtude da quebra da base objetiva do negócio, como é o caso da supervalorização do dólar em contratos de *leasing*<sup>243</sup>. d) autorização para decisão por equidade: permite-se a utilização do raciocínio tópico na concreção das cláusulas gerais,<sup>244</sup> de forma que a concretização da boa-fé, no caso concreto, é feita com base na equidade.

Conforme veremos, as decisões judiciais que hoje amparam os casos de superendividamento na boa-fé objetiva, ainda que sejam medidas paliativas, por não solucionarem a situação global das dívidas do consumidor, permitem a resolução de casos específicos de forma justa e equânime e se prestam especialmente a orientar a legislação a ser criada, como por exemplo, a regulamentação específica do dever de informação e aconselhamento e o princípio do empréstimo responsável.

---

<sup>241</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 43, jul.-set. 2002, p. 223.

<sup>242</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor*. o novo regime das relações contratuais. 4. ed. São Paulo: RT, 2002, p. 186.

<sup>243</sup> CAMPOS, Miriam de Abreu Machado e. O princípio da boa-fé objetiva. Apostila. Faculdade de Direito Milton Campos, p. 6-10.

<sup>244</sup> A respeito da concretização das cláusulas gerais a partir do raciocínio tópico, ver CANARIS, Claus-Wilhelm. *Pensamento sistemático e conceito de sistema na ciência do Direito*. Tradução de A. Menezes Cordeiro. 2. ed. Fundação Calouste Gulbenkian.

O próximo capítulo se propõe, então, a pesquisar a prevenção e tratamento do superendividamento em direito comparado e oferecer algumas soluções que podem ser vislumbradas para o tratamento destas situações no ordenamento jurídico brasileiro a partir da concepção de sistema aberto. Na mesma linha, o trabalho elaborará uma análise do projeto de lei apresentado pelo Brasilcon e buscará fazer observações que possam enriquecê-lo com base nos princípios e conceitos ora estudados.

## 4 A PREVENÇÃO AO SUPERENDIVIDAMENTO: PERSPECTIVAS DO DIREITO BRASILEIRO À LUZ DA EXPERIÊNCIA DO DIREITO COMPARADO

As medidas de prevenção contra o fenômeno social do superendividamento passam, inicialmente, por uma mudança de paradigma econômico e, em seguida, pela tomada de consciência da necessidade de regulação do crédito ao consumidor.<sup>245</sup>

### 4.1 A exigência da informação adequada como forma de prevenção ao superendividamento

“Caminha-se para a sociedade do saber onde o valor da informação tende a suplantar a importância do capital”<sup>246</sup>. A importância da informação na pós-modernidade é tamanha que nos dizeres de Peter Drucker<sup>247</sup> ela tornou-se a base e a razão para um novo tipo de gestão, na qual se visualiza a troca do binômio capital/trabalho pelo binômio informação/conhecimento como fatores determinantes no sucesso empresarial.

A parte que detém a informação encontra-se em posição favorecida em uma relação contratual e a sua opção por transmiti-la ou não, bem como a maneira como se dará esta transmissão, influenciam fatalmente na decisão da contraparte.

O dever anexo de informar é bastante perceptível como dever autônomo e paralelo à obrigação principal do contrato, até mesmo porque ele surge anteriormente à sua formação. A legislação consumerista confere grande valor à informação, impondo inúmeros deveres aos contratantes, como medida hábil a garantir o equilíbrio contratual e a livre escolha do consumidor, baseada em um “juízo de conveniência e oportunidade em relação ao contrato a ser firmado”<sup>248</sup>.

---

<sup>245</sup> PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 163.

<sup>246</sup> BRAGA, Ascensão, *A gestão da informação*. Disponível em: <[www.ipv.pt/millennium/19\\_arq1.htm](http://www.ipv.pt/millennium/19_arq1.htm)>. Acesso em: 02 set. 2010.

<sup>247</sup> DRUCKER, Peter. Sociedade Pós-Capitalista. Difusão Cultural. Lisboa *apud* BRAGA, Ascensão, *A gestão da informação*. Disponível em: <[www.ipv.pt/millennium/19\\_arq1.htm](http://www.ipv.pt/millennium/19_arq1.htm)>. Acesso em: 02 set. 2010.

<sup>248</sup> FRITZ, Karina Nunes. A boa-fé objetiva e sua incidência na fase negocial. *Revista de Direito Privado*, v. 29. São Paulo: RT, 2007, p. 226.

Destaca-se, neste capítulo, o estudo do dever de informação<sup>249</sup> pela percepção de que o seu desatendimento é inúmeras vezes o fator que desencadeia a situação de superendividamento, conforme visto no capítulo antecedente. Com efeito, nos contratos de crédito ao consumo, a falta de informação aliada à pressão exercida no momento da oferta e à necessidade de satisfação dos desejos dos consumidores é inúmeras vezes motivo de endividamento excessivo. Por tais razões, a qualidade da informação contratual, da publicidade e da oferta constitui a principal forma de prevenção ao superendividamento.

A escolha da legislação francesa como paradigma para comparação com o sistema brasileiro se deu em virtude do avanço das medidas adotadas por aquele país e pela sua pronta adaptação à Diretiva 2008/48/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de Abril de 2008. Ademais, o anteprojeto de lei apresentado pelo Brasilcon é inspirado na legislação francesa, o que permite uma melhor análise crítica a partir da comparação entre aquela legislação e a que se deseja criar no Brasil.

#### 4.1.1 O dever de informar em direito comparado: a formação sucessiva dos contratos de crédito no *Code de La Consommation*

O *Code de La Consommation* exige a transparência e a clareza da informação nos contratos de consumo<sup>250</sup>. Contudo, o legislador considerou insuficiente a positivação de um dever geral de informação e, para proteger o consentimento do consumidor de crédito, houve por bem instituir um formalismo informativo rígido nestes contratos, impondo obrigações especiais ao fornecedor e estipulando a formação sucessiva dos contratos de crédito para assegurar a reflexão pelo consumidor<sup>251</sup>. Tais regras encontram-se tanto nas fases da publicidade e da oferta do crédito, quanto no momento da aceitação do contrato.

---

<sup>249</sup> Destacam-se, aqui, todos os direitos conferidos ao consumidor com a finalidade de informação e reflexão, buscando o consentimento refletido.

<sup>250</sup> Artigo L 311-4, com a redação alterada pelo artigo 4º da Lei de Reforma de Crédito aos Consumidores (2010-737), com vigência a partir de 01 de novembro de 2010. O dever geral de informação encontra-se no art. L 111-1.

<sup>251</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 56.

#### 4.1.1.1 A publicidade nos contratos de crédito franceses: o esforço do Direito comunitário em promover a transparência da informação

No tocante à publicidade do crédito, o *Code de La Consommation* sofreu recentes alterações introduzidas pela Lei nº 2010-737, de 1º de julho de 2010. Alguns dispositivos entraram em vigor após a quarta semana da publicação da lei e outros vigorarão a partir de 1º de novembro de 2010. O legislador buscou, através destas mudanças, inserir no direito nacional o estabelecido na Diretiva 2008/48/CE do Parlamento Europeu e do Conselho da União Européia de 23 de Abril de 2008<sup>252</sup>, sobre contratos de crédito aos consumidores.<sup>253</sup> Esta tem por objetivo promover a luta contra o superendividamento, através da contração de crédito de forma responsável<sup>254</sup>, procurando, ainda, motivar os Estados-Membros a regulamentar as novas formas de oferta e contratação de crédito oriundas de técnicas modernas, como a oferta feita por correio eletrônico.

As alterações da legislação francesa demonstram a especial preocupação do legislador com a prevenção à concessão desmedida do crédito, que deve ser feita principalmente através do controle da publicidade. Por este motivo, a lei que se seguiu à diretiva privilegiou os dispositivos atinentes ao dever de informação nestes contratos, tendo promovido alterações substanciais nos artigos L 311-4 e L 311-5, que tratam da publicidade. O caput do artigo L 311-4 frisa a exigência da clareza das informações relacionadas ao custo do crédito na publicidade. O art. L 311-5 dispõe o seguinte:

Em toda publicidade escrita, seja qual for o suporte utilizado, a informação sobre a taxa anual e global, sua natureza fixa, variável ou flutuante, e ao montante total devido pelo mutuário e da quantidade de prazos deve aparecer em um tamanho de fonte maior do que aquela utilizada para indicar quaisquer outras informações sobre as características do financiamento,

---

<sup>252</sup> Esta diretiva revogou a Diretiva 27/102/CEE do Conselho e estabelece regras para os contratos de crédito ao consumo no âmbito da Comunidade Européia.

<sup>253</sup> Retirado de *Objet du text*, disponível em: <<http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjl08-364.html>>. Acesso em: 09 set. 2010.

<sup>254</sup> *Objet du text*, disponível em: <<http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjl08-364.html>>. Acesso em: 09 set. 2010. Retirado do original “*Ce projet de loi vise à rendre le crédit à la consommation plus responsable afin de lutter contre le surendettement*”. Tradução livre.

especialmente a taxa de promoção, e devem ser inseridas no corpo principal do texto publicitário<sup>255</sup>.

A redação anterior dispunha que tais especificações deveriam ser incluídas em tamanho de fonte no mínimo igual àquelas sobre as características do financiamento. O objetivo proposto pela alteração é conferir maior destaque para as taxas de juros e todas as condições de financiamento, a fim de que o consumidor as visualize com facilidade, oportunizando um prévio conhecimento de informações essenciais ao contrato de crédito e que exercem grande influência em seu juízo de conveniência. A lei francesa cuida para que o consumidor, desde a fase da publicidade, reflita sobre as condições do negócio<sup>256</sup>, e, a partir do amplo conhecimento do conteúdo dos contratos, possa optar por aquele que melhor atenda as suas necessidades e até mesmo atuar seguramente como agente negociador.

O mesmo dispositivo passa a exigir que conste da publicidade de forma clara, precisa e visível as exigências ou faculdades da contratação de serviços acessórios ao contrato de crédito, como é o caso de seguro<sup>257</sup>. Caso a proposta de seguro seja facultativa, a publicidade deve indicar o custo do seguro expresso em euros por mês e se este montante se ajusta ou não aos gastos de reembolso do crédito<sup>258</sup>. Assim, o consumidor é informado previamente a respeito dos contratos acessórios, seus valores, condições, facultatividade e todos os custos que podem onerar ainda mais o crédito.

Estas alterações demonstram a preocupação do legislador em oportunizar ao consumidor o pleno conhecimento de todas as informações essenciais do conteúdo

---

<sup>255</sup> Tradução livre do original: Dans toute publicité écrite, quel que soit le support utilisé, les informations relatives au taux annuel effectif global, à sa nature fixe, variable ou révisable, au montant total dû par l'emprunteur et au montant des échéances, ainsi que la mention visée au dernier alinéa, doivent figurer dans une taille de caractère plus importante que celle utilisée pour indiquer toute autre information relative aux caractéristiques du financement, notamment le taux promotionnel, et s'inscrire dans le corps principal du texte publicitaire.

<sup>256</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 286-287.

<sup>257</sup> O seguro do crédito pode ser obrigatório ou facultativo, a critério do fornecedor e, em ambos os casos, a publicidade deve conter o valor do contrato de seguro.

<sup>258</sup> Art. L 311-5 do Code de la consommation.

do contrato e das condições de contratação desde a fase embrionária da formação da vontade<sup>259</sup>.

O artigo L 311-5 dispõe, ainda, que “toda a publicidade, exceto publicidade feita por radiodifusão, deve conter, independentemente do suporte utilizado, a seguinte observação: O crédito te compromete e deve ser reembolsado. Verifique a sua capacidade de pagamento antes de se endividar”.<sup>260</sup> A lei procura exortar os consumidores contra uma contratação inconsiderada e suas más consequências. Os anúncios deverão conter esta advertência, que servirá como equilíbrio em face da sedução exercida pela publicidade para que o consumidor reflita sobre suas condições de reembolso antes de se obrigar.

O Code de La Consommation dedicou, ainda, uma seção para regulamentar a publicidade do “crédito gratuito”. O art. L 311-6 restringe o conteúdo das mensagens publicitárias estabelecendo que:

Toda publicidade comportando menção a ‘crédito gratuito’ ou propondo uma vantagem equivalente deve indicar o montante do desconto concedido em caso de pagamento em dinheiro e precisar o custo do crédito concedido gratuitamente ao consumidor.

Com efeito, a legislação repudia toda oferta agressiva do crédito e que enfatize a facilidade e rapidez com que ele possa ser obtido, por considerar que as operações de crédito são “sedutoras e perigosas em demasia, para deixar o consumidor sob o jugo ou quase, de uma publicidade incompleta a qual não se pode negar o papel exercido sobre a determinação do consumidor”<sup>261</sup>.

---

<sup>259</sup> CALAIS-AULOY, Jean; BIHL, Luc. La loi n. 78-82 du 10 janvier 1978 protégeant les consommateurs contre les dangers du crédit. La semaine juridique: ed. Commerce et industrie: actualités – Droit et gestion, n. 7245, Paris, Jurisclasseur, p. 239-242 *apud* COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 62.

<sup>260</sup> Tradução livre do original: *Toute publicité comportant la mention "crédit gratuit" ou proposant un avantage équivalent doit indiquer le montant de l'escompte consenti en cas de paiement comptant et préciser qui prend en charge le coût du crédit consenti gratuitement au consommateur*

<sup>261</sup> AMIEL-DONAT, Contrat de consommation, Jurisclasseur Concurrence ET consommation, Paris, fasc. 800, p. 1-28, fev. 1989, p. 15 *apud* COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 63.

Com o intuito de proteger a vida privada das pessoas, o artigo L 311-5<sup>262</sup> também estabelece, a partir da alteração feita no ano de 2010, que a publicidade postada em correio ou *e-mail* ou enviada diretamente ao consumidor por qualquer meio público, deve lembrar-lhe de forma clara, precisa e visível o direito de se opor, sem despesas, ao uso de seus dados pessoais para fins de *marketing*, bem como informar-lhe sobre os meios de exercer esse direito. A oposição ao uso dos dados pessoais do consumidor já era previsto na lei de 06.01.1978, que obrigava aos sindicatos das empresas de venda por correspondência retirar dos bancos de dados os nomes das pessoas que nele não desejassem figurar a fim de não mais receberem prospectos publicitários<sup>263</sup>. O *Code de La Consommation* prevê, agora, a obrigatoriedade do fornecedor de lembrar ao consumidor sobre este direito no próprio prospecto publicitário e informar-lhe sobre os meios de exercê-lo sem ônus.

O mesmo dispositivo passa a determinar, a fim de conferir maior transparência e visibilidade à informação, a obrigatoriedade de constar, desta mesma publicidade (enviada diretamente ao consumidor), de forma destacada e no cabeçalho do texto, a indicação das taxas de juros e demais informações qualitativas sobre o custo do crédito.

A consequência legal do descumprimento do dever de informar na publicidade encontra-se prevista no art. L 311-34, que prevê que aquele que divulgar publicidade em desconformidade com as formalidades previstas nos artigos L 311-4 e L 311-5, pagará multa no valor de 1500 euros. No caso de pessoas jurídicas, a pena recai sobre a pessoa de seu representante legal.

---

<sup>262</sup> Tradução livre do original: Lorsqu'une publicité est adressée par voie postale ou par courrier électronique, distribuée directement à domicile ou sur la voie publique, le document envoyé au consommateur lui rappelle de façon claire, précise et visible son droit de s'opposer sans frais à l'utilisation de ses données personnelles à des fins de prospection ainsi que les modalités d'exercice de ce droit. Lorsque cette publicité indique un taux d'intérêt ou des informations chiffrées liées au coût du crédit, les informations mentionnées au premier alinéa doivent figurer, sous forme d'encadré, en en-tête du texte publicitaire.

<sup>263</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 63.

#### 4.1.1.2 A oferta do crédito na legislação francesa e a rigorosa sanção da perda dos juros remuneratórios

O *Code de La Consommation* impõe, para o fornecedor, a obrigação de, ao oferecer um contrato de crédito, entregar ao consumidor uma oferta prévia escrita, contendo todos os elementos essenciais ao contrato, como nome e identidade das partes, eventuais fiadores, custo total e frações do crédito, taxas de serviço, garantias, a taxa efetiva global de juros e, se for o caso, as condições do seguro<sup>264</sup>. Ela também deve informar ao consumidor a respeito do prazo de reflexão de que ele dispõe. Esta oferta prévia deve ser mantida por, pelo menos, 15 dias a contar da sua emissão<sup>265</sup>. Geraldo de Faria Martins da Costa (2002)<sup>266</sup> observa que, durante este prazo, o fornecedor também fica proibido de modificar as condições inicialmente oferecidas existindo, ainda, a vedação de recebimento de fundos previamente à conclusão do contrato.

A oferta prévia pode, todavia, conter uma cláusula segundo a qual o credor se reserva o direito de aprovar a pessoa do tomador do empréstimo<sup>267</sup>. Caso inexistir esta cláusula, o contrato será concluído quando da aceitação da oferta, se não houver, posteriormente, (no prazo de sete dias), o exercício do direito de retratação pelo consumidor. De outro lado, havendo esta disposição na oferta prévia, o mutuante deverá, no prazo de sete dias da aceitação, informar o tomador acerca da sua decisão de lhe acordar o crédito. O prazo correrá, então, concomitantemente para credor e tomador (prazo de reflexão e aceitação da pessoa do mutuário).

Desta forma, o prazo de validade da oferta prévia (quinze dias) é distinto do prazo de reflexão (sete dias). Este começará a contar após a aceitação da oferta e é imperativo para as partes (conforme será visto, ele poderá ser reduzido, mas nunca renunciado). O período de validade da oferta prévia, por sua vez, é uma garantia para o consumidor de que, durante o prazo de quinze dias, os termos da oferta serão mantidos, evitando, assim, a pressão do fornecedor para que o consumidor

<sup>264</sup> Artigo L 311-10 do Code de La Consommation.

<sup>265</sup> Artigo L 311-8 do Code de La Consommation.

<sup>266</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 58.

<sup>267</sup> Arts. L 311-15 e L 311-16 do Code de La Consommation. O prazo de sete dias é estabelecido tanto para o estabelecimento de crédito quanto para o tomador do empréstimo, a fim de que o concedente também tenha tempo para verificar a solvabilidade do devedor em cumprimento ao princípio do empréstimo responsável.

contrate o crédito imediatamente, sob o argumento da perda de pretensas vantagens (como, por exemplo, redução das taxas de juros). Contudo, o consumidor pode aceitar o contrato antes do término deste prazo (ou seja, é imperativo para o fornecedor, mas não para o consumidor).

Se o contrato for concluído sem a apresentação da oferta prévia escrita ou se esta for oferecida em desacordo com a disposição legal, o fornecedor incorrerá em ilicitude de ordem civil e penal. A sanção civil está prevista no art. L 311-33, que estabelece a perda do direito do fornecedor de percepção dos juros. O mutuário fica obrigado a reembolsar somente o capital corrigido monetariamente, configurando-se, pois um empréstimo gratuito. As somas já pagas a título de juros deverão ser restituídas ou deduzidas do restante devido pelo tomador. A sanção estipulada pela lei é automática e de ordem pública, não sendo possível ao julgador alterá-la no sentido de estipular taxa de juros legais ou modificar a taxa prevista no contrato. A sanção legal também não é condicionada à comprovação de prejuízo para o consumidor<sup>268</sup>. Esta conduta é igualmente tipificada como contravenção penal, sendo punida com multa de 1500 euros<sup>269</sup>.

#### 4.1.1.3 A instituição do prazo de reflexão como forma de proteção ao consentimento do consumidor

O *Code de La Consommation* instituiu um prazo de reflexão nos contratos de crédito a fim de evitar os riscos dos compromissos assumidos muito rapidamente<sup>270</sup>. Ao consumidor é dado o prazo de sete dias<sup>271</sup> a partir da aceitação da oferta prévia para melhor examinar os termos contratuais e refletir sobre a real necessidade da contração do crédito, ou até mesmo buscar orientações para avaliar os riscos do contrato. Desta forma, o contrato de crédito somente se torna perfeito e obrigatório após a expiração do prazo de reflexão, caso o tomador do empréstimo não tenha

<sup>268</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 60.

<sup>269</sup> Multa prevista no artigo L 311-34, com redação alterada pela Lei de Reforma de Crédito aos Consumidores (2010-737), com vigência a partir de 01 de novembro de 2010.

<sup>270</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 89.

<sup>271</sup> Este é o prazo de reflexão do crédito mobiliário, previsto no art. L 311-15 do *Code de La Consommation*.

manifestado o desejo de retratação. Se o consumidor exercer o direito de retratação, estará renunciando à conclusão definitiva do contrato.

A lei instituiu, portanto, um escalonamento na formação dos contratos de crédito, de modo que o tempo atua como fator de equilíbrio contratual, protegendo o consumidor de uma contratação impulsiva e inconsiderada e permitindo que, através da comparação com as demais ofertas do mercado, ele atue também como elemento de política de concorrência.

A lei francesa possibilita a redução do prazo de retratação para, no mínimo, três dias<sup>272</sup>. Nesta hipótese, o consumidor deve fazer um requerimento por escrito de próprio punho solicitando a entrega antecipada do objeto e reconhecendo que foi devidamente informado de que esta solicitação tem por consequência a redução do prazo de reflexão.

De qualquer forma, a lei não proíbe a entrega do bem antes da expiração do prazo de retratação, contudo, o vendedor assume todos os custos e riscos da entrega antecipada<sup>273</sup>.

A legislação procurou, ainda, facilitar o exercício do direito de retratação, estabelecendo a obrigatoriedade de ser anexado à oferta um formulário destacável contendo o endereçamento do credor<sup>274</sup>. A corte de cassação, neste tocante, já decidiu que o direito de retratação pode ser exercido através de outros meios, que não o formulário impresso, já que o formalismo previsto pela lei não deve se voltar contra o consumidor que ela visa a proteger<sup>275</sup>. Todo meio escrito contendo a vontade expressa do consumidor em se retratar é considerado válido<sup>276</sup>.

Ressalta-se, aqui, conforme exposto no item antecedente, que, se o mutuante se reservar o direito de aprovar a pessoa do tomador, neste mesmo prazo de sete dias, deverá informá-lo acerca da sua decisão de conceder-lhe o crédito, caso contrário, presume-se a sua recusa<sup>277</sup>.

---

<sup>272</sup> Art. L. 311-24 do Code de La Consommation

<sup>273</sup> Art L 311-24 do Code de La Consommation.

<sup>274</sup> Art L 311-15 do Code de La Consommation.

<sup>275</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 95.

<sup>276</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 95.

<sup>277</sup> Vide art. L 311-16 do Code de La Consommation.

#### 4.1.2 O Código de Defesa do Consumidor brasileiro: o dever de informar contratos de crédito e a atual posição jurisprudencial frente à sua inobservância

No direito brasileiro, a prevenção ao superendividamento é atualmente feita com base nas normas previstas no Código de Defesa do Consumidor (CDC) que regulamentam o dever de informação. O CDC positivou um dever geral de informação nos contratos ao consumo, estabelecendo, como objetivo da Política Nacional das Relações de Consumo, a transparência e a harmonização nas relações entre fornecedores, e consumidores, com base na boa-fé e no equilíbrio contratual<sup>278</sup>. Objetiva, com efeito, compatibilizar a proteção do consumidor com a necessidade do desenvolvimento econômico do país<sup>279</sup>.

Os princípios da boa-fé e transparência<sup>280</sup> devem nortear todos os contratos e relações de consumo, inclusive na fase pré-contratual. A transparência significa informação clara, adequada e correta sobre o produto ou serviço ofertado, bem como lealdade e respeito entre fornecedores e consumidores<sup>281</sup>. A lei protege especialmente a confiança depositada pelo consumidor e as expectativas legítimas criadas na contratação.

No âmbito da publicidade e da oferta, o CDC exige a clareza e a facilitação de compreensão do conteúdo pelo consumidor, vedando a publicidade enganosa ou abusiva. Toda informação ou publicidade veiculada por qualquer meio de comunicação ou por prepostos do fornecedor, ou mesmo declarações de vontade expressas em recibos, escritos ou pré-contratos, vinculam o fornecedor e integram o contrato que vier a ser firmado, ensejando a execução específica pelo consumidor<sup>282</sup>.

No âmbito contratual, a lei igualmente exige clareza e transparência na redação, bem como seja dado ao consumidor acesso prévio ao contrato e lhe seja facilitado compreender o conteúdo, sob pena de não ser obrigado aos seus termos<sup>283</sup>. No mesmo sentido, as cláusulas contratuais serão sempre interpretadas

---

<sup>278</sup> Art. 4º do CDC.

<sup>279</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. São Paulo: RT, 2002, p. 671.

<sup>280</sup> Clóvis do Couto e Silva anota que o princípio da transparência não deixa de ser um reflexo da boa-fé exigida aos contratantes. MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. São Paulo: RT, 2002, p. 671.

<sup>281</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. São Paulo: RT, 2002, p. 595.

<sup>282</sup> Arts. 30, 34, 36, 48 do CDC.

<sup>283</sup> Art. 46 do CDC.

em favor do consumidor e são consideradas nulas todas as cláusulas abusivas<sup>284</sup>. O art. 46 do CDC, assim, dispõe que o contrato não obriga o consumidor em caso de omissão de informações, falta de clareza ou de acesso prévio ao instrumento contratual.

Todas estas normas que regem a publicidade e o conteúdo dos contratos de consumo são igualmente aplicáveis aos contratos de crédito. No âmbito da publicidade, inexistem regras específicas para os contratos de crédito, sendo aplicáveis aquelas destinadas aos contratos de consumo em geral. Ressalta-se, contudo, a existência de deveres de informação específicos para os contratos de crédito, previstos no art. 52 do CDC, que são aplicados em conjunto com os demais dispositivos do microssistema<sup>285</sup>.

Importa ao presente estudo, a análise da violação do dever de informação nos contratos de crédito no Direito brasileiro e a atual posição jurisprudencial a respeito do tema, a fim de averiguar as possíveis formas de proteção do consumidor de crédito contra o superendividamento oriundo da informação defeituosa.

#### 4.1.2.1 A informação nos contratos de crédito ao consumo e as consequências da omissão contratual no Direito brasileiro

Conforme exposto, o art. 52 do CDC institui deveres específicos de informação para os contratos que envolvam outorga de crédito ou concessão de financiamento. O dispositivo impõe ao fornecedor a obrigação de informar ao consumidor, prévia e adequadamente, o seguinte: o preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional, o montante dos juros de mora e a taxa efetiva anual de juros, os acréscimos legalmente previstos, o número e periodicidade das prestações, a soma total a pagar, com e sem financiamento.

A existência de deveres específicos de informação nestes contratos demonstra a preocupação do microssistema com a informação prestada ao consumidor de crédito, que merece cuidados especiais a fim de evitar o superendividamento.

Na prática, contudo, percebe-se que raramente é dado ao consumidor ter acesso prévio ao conteúdo do contrato, que igualmente não informa o montante dos

---

<sup>284</sup> Art. 47 do CDC.

<sup>285</sup> Neste sentido, veja MARQUES, Cláudia Lima, BENJAMIN, Antônio Herman V., MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 2. ed. São Paulo: RT, 2006, p. 779.

juros de mora, a taxa anual de juros, a soma total a pagar com e sem financiamento, acréscimos legais e etc, de modo que o consumidor é frequentemente surpreendido com o valor das prestações e o custo final do crédito. Desta forma, ele fica constantemente sujeito ao superendividamento oriundo da má informação.

Importa, então, analisar a posição jurisprudencial nos casos em que são violados os deveres especiais de informação nos contratos de crédito e as sanções aplicadas ao fornecedor que desrespeita o dever de esclarecimento previsto na lei.

Uma das questões mais polêmicas refere-se à sanção aplicável nos casos de omissão contratual acerca da taxa de juros remuneratórios.

A doutrina consumerista<sup>286</sup> defende, a partir da conjugação do art. 52 com o art. 46 do CDC, que, nos casos em que a informação não é devidamente prestada ou não é clara o suficiente, a consequência será a inobrigatoriedade do consumidor em relação à outra parte<sup>287</sup>. Desta feita, se não for oportunizado ao consumidor conhecer, prévia e adequadamente, o percentual das taxas de juros remuneratórios, torna-se inviável a imposição de quaisquer taxas de juros em seu desfavor, já que, o art. 46, conforme visto, estabelece que ele não se obriga ao contrato<sup>288</sup>. A consequência seria, então, equivalente àquela prevista na legislação francesa: a inexistência de juros remuneratórios e o reembolso apenas do valor corrigido.

O Superior Tribunal de Justiça, no entanto, possui entendimento diverso. A jurisprudência oscila entre duas posições. A primeira considera devida a taxa de juros remuneratórios cobrada pela instituição financeira (e que não foi inserida no contrato), sob o fundamento de que compete ao consumidor informar-se a respeito dos encargos financeiros, já que é sabido que o empréstimo bancário é sempre oneroso<sup>289</sup>.

---

<sup>286</sup> Vide, a respeito, LIMA, Clarissa Costa de. O dever de informação nos contratos de crédito ao consumo em direito comparado francês e brasileiro: a sanção para a falta de informação dos juros remuneratórios. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 69, jan-mar, 2009, p.18-27.

<sup>287</sup> POPP, Carlyle. *A formação do negócio jurídico e os deveres laterais no novo código civil*. Jurisprudência brasileira 200: Princípio da boa-fé contratual. Curitiba: Juruá, 2004, p. 47.

<sup>288</sup> LIMA, Clarissa Costa de. O dever de informação nos contratos de crédito ao consumo em direito comparado francês e brasileiro: a sanção para a falta de informação dos juros remuneratórios. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 69, jan-mar, 2009, p. 25.

<sup>289</sup> Neste sentido, vide: "Relação de consumo. Contrato de abertura de crédito. Juros Bancários. À míngua de contrato escrito, e tratando-se de relação jurídica resultante de um contrato de abertura de crédito, na modalidade "cheque especial", são devidos os juros remuneratórios cobrados pela instituição financeira, salvo se forem abusivos - tudo porque antes de sacar o dinheiro por conta do crédito previamente autorizado o correntista tem a obrigação de se informar a respeito dos respectivos encargos, sabido que o empréstimo bancário é sempre oneroso. Agravo regimental não provido". (AgRg no AgIn 715289/RS, 3ª Turma, julgamento em 10/10/2006, Relator Min. Ari Pargendler, DJ. 27/11/2006).

Com a devida *venia*, este entendimento mostra-se inteiramente contrário à boa-fé objetiva e à função social do contrato, que constituem os parâmetros da Política Nacional das Relações de Consumo. A concepção neoliberal fundamentada no adágio *caveat emptor* há muito foi abolida pela teoria contratual fundada na boa-fé objetiva. Não se deve olvidar que a cooperação exigida dos contratantes, apesar de não remover a coordenação das relações contratuais, impõe deveres de lealdade para com o *alter*, que devem ser necessariamente observados, sob pena de omissão dolosa influenciável na formação da vontade do contratante desprovido de conhecimento técnico. O entendimento respaldado por esta corrente permite que a instituição financeira se beneficie da própria torpeza e, portanto, não coaduna com os princípios da transparência e boa-fé que regem os contratos de consumo, conforme exposto.

A outra posição do STJ considera devida a taxa de juros legais de 12% ao ano<sup>290</sup> quando não estabelecida taxa de juros remuneratórios<sup>291</sup>. A corrente se fundamenta no fato de que o consumidor, ao recorrer a uma instituição financeira em busca de crédito, tem consciência da incidência de juros nos empréstimos bancários. Ele pode ignorar o valor das taxas, contudo, sabe a respeito da sua

---

<sup>290</sup> Neste sentido, vide: PROCESSO CIVIL - RECURSO ESPECIAL - NEGATIVA DE PROVIMENTO – AGRAVO REGIMENTAL - CONTRATO BANCÁRIO - JUROS REMUNERATÓRIOS – TAXA NÃO ESTABELECIDADA NO CONTRATO - LIMITAÇÃO EM 12% AO ANO – CAPITALIZAÇÃO MENSAL DE JUROS - PACTUAÇÃO NÃO DEMONSTRADA - COMISSÃO DE PERMANÊNCIA - INEXISTÊNCIA DE PREVISÃO - DESPROVIMENTO. 1 - Encontra-se pacificado nesta Corte o entendimento de que, quanto aos juros remuneratórios, uma vez não estabelecida no contrato a taxa de juros a ser aplicada, deve ser imposta a limitação de 12% ao ano, vez que a previsão de que o contratante deve arcar com os juros praticados no mercado financeiro é cláusula potestativa, que sujeita o devedor ao arbítrio do credor ao assumir obrigação futura e incerta. Precedentes. 2 - Quanto à capitalização mensal de juros, frise-se que, com a edição da Medida Provisória n.º 1.963 e respectivas reedições, a capitalização mensal tornou-se permitida, conforme o seu art. 5º, mas apenas para os contratos celebrados a partir de 31 de março de 2000, data de sua primeira publicação, desde que exista expressa previsão contratual de incidência de tal encargo, hipótese que não se verifica no âmbito do contrato em tela, razão pela qual deve ser mantida sua proibição. 3 - No que pertine à comissão de permanência, é lícita a sua cobrança após o vencimento da dívida. A comissão deve observar a taxa média dos juros de mercado, apurada pelo Banco Central do Brasil. Não pode, entretanto, ser cumulada com a correção monetária nem com os juros remuneratórios. Incidência das Súmulas 30, 294 e 296 do STJ. Consoante entendimento recente desta Seção, a cobrança da comissão de permanência também não pode coligar com os encargos decorrentes da mora, como os juros moratórios e a multa contratual (c.f. AgRg no REsp 712.801/RS Rel. Ministro Carlos Alberto Menezes Direito, DJ 04.05.2005). Entretanto, inexistente a previsão no contrato em tela, deve ser mantida sua proibição. 4 - Agravo regimental desprovido. (AgRg no Resp 723778/RS, 4ª T., j. 03.11.2005, rel. Min. Jorge Scartezini, DJ 21.11.2005, p. 256)

<sup>291</sup> Há também outro entendimento mais recente no STJ no sentido de fixar a taxa de juros remuneratórios com base na taxa média do mercado em operações da mesma espécie à época da contratação. Neste sentido: AgRg 911138/RS, 3ª T., j. 19.06.2008, rel. Min. Sidnei Beneti, Dje 01.07.2008 e AgRg no Resp 1050605/RS, 3ª T., j. 26.06.2008, rel. Min. Nancy Andrighi, Dje 05.08.2008.

existência e, portanto, deve incidir a taxa legal mínima no caso de omissão contratual.

Este entendimento, *data venia*, também não é o mais acertado. A lei é lúcida ao dispor que a falta de conhecimento do conteúdo do contrato importa na inobrigatoriedade do consumidor em relação a ele. Ora, trata-se de norma de ordem pública, que não confere ao julgador a escolha entre desobrigar o consumidor ou criar uma taxa de juros para o contrato omissivo. O CDC dispõe que a falta de informação prévia ou sua prestação sem a devida clareza desconfigura o vínculo jurídico. A consequência, portanto, encontra-se prevista na legislação, sendo que sua inobservância torna morta a letra da lei, além de estimular as más práticas referentes ao dever de informação nos contratos de crédito ao consumo. Observa-se, ainda, que muitas destas ofertas fazem alusão a crédito gratuito e induzem o consumidor a erro. Na França, conforme visto, é restrita a publicidade que faça menção a crédito gratuito. No Brasil, inexistente dita vedação e há casos em que, além de mencionar a gratuidade do crédito na oferta, o contrato não dispõe a respeito das taxas de juros e demais encargos financeiros. Cláudia Lima Marques observa que:

Não deve haver indução ao erro, qualquer dolo ou falha na informação por parte do fornecedor ou promessas vazias, uma vez que as informações prestadas passam a ser juridicamente relevantes, integram a relação contratual futura e, portanto, deverão ser cumpridas na fase de execução do contrato, positivando a noção do *venire contra factum proprium*<sup>292</sup>.

Destarte, não há dúvidas de que a única posição que se coaduna com o texto legal é aquela no sentido de desobrigar o consumidor ao pagamento dos juros remuneratórios. Ainda que inexistente uma rigorosa regulamentação dos contratos de crédito ou previsão de outras sanções para a informação defeituosa, a correta aplicação do CDC, em hipóteses como estas é uma forma legal e concreta de proteger o consumidor de crédito contra o superendividamento e da qual se deve valer o Poder Judiciário, mas que é atualmente inutilizada.

Deve-se ressaltar, outrossim, que estas mesmas consequências devem ser aplicadas não somente quando o contrato for omissivo sobre as taxas de juros, mas também nos casos de omissão de quaisquer outras informações previstas ou não previstas no art. 52 ou quando o instrumento contratual não for apresentado ao consumidor. Uma das práticas costumeiras das instituições de crédito, a título de

---

<sup>292</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 43, jul.-set, 2002, p. 239.

exemplo, é a cobrança de encargos, como as anuidades dos cartões de crédito, cujo pagamento não consta da oferta e tampouco do instrumento contratual. Ao receber uma oferta de cartão de crédito que não faz menção ao pagamento da anuidade, o consumidor presume que não terá de arcar com tais custos. Por isso, quando o consumidor não receber o instrumento contratual, ou quando este for omissivo a respeito da cobrança de anuidade, deve ser presumida a sua isenção, nos termos do art. 46 do CDC.

#### 4.1.2.2 O dever de aconselhamento: a personalização da informação

Ruben Stiglitz (1997) leciona que, nas relações de consumo, o dever de informação está fundamentado na desigualdade contratual “entre a parte que detém a informação e a desinformada sobre um fato que exerça influência sobre o consentimento da última”<sup>293</sup>. Ressalta o autor, que “a pessoa que por sua profissão notoriamente dispõe da informação, não pode ignorar a sua importância para o seu potencial co-contratante”<sup>294</sup>.

Com efeito, o fornecedor detém o *know how* inerente à atividade profissional, que torna ainda mais notória a desigualdade das posições contratuais. Especialmente nos contratos de crédito, o consumidor não dispõe do conhecimento técnico sobre a operação e seus potenciais riscos. Nestes casos, a clareza e a adequação da informação são ainda mais relevantes para uma contratação refletida. É necessário, pois, que a informação seja, além de tempestiva, útil ao destinatário<sup>295</sup>, para que ele possa avaliar a viabilidade da operação em vista das suas expectativas, que serão expostas para o fornecedor. Esta utilidade não é visualizada somente na inserção da informação nas cláusulas do contrato de crédito, mas na transmissão da informação de forma personalizada, a partir das expectativas apresentadas pelo consumidor.

O dever de informar nos contratos de crédito abrange, assim, não somente a obrigação legal de apresentação prévia do contrato escrito com as informações discriminadas no art. 52 do CDC, mas também a informação personalizada para o consumidor. E nisto consiste o dever de conselho, a transmissão de informações

---

<sup>293</sup> STIGLITZ, Rubén S. La obligación precontractual de información. El deber de consejo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 22, abril-junho, 1997, p. 14, tradução livre.

<sup>294</sup> STIGLITZ, Rubén S. La obligación precontractual de información. El deber de consejo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 22, abril-junho, 1997, p. 14, tradução livre.

<sup>295</sup> POPP, Carlyle. *A formação do negócio jurídico e os deveres laterais no novo código civil*. Jurisprudência brasileira 200: Princípio da boa-fé contratual. Curitiba: Juruá, 2004, p. 50.

úteis com o propósito de que o contratante decida pela conveniência da contratação, a partir das necessidades e expectativas apresentadas ao fornecedor<sup>296</sup>.

Clarissa Costa Lima e Karen Bertoncello (2006)<sup>297</sup> observam que “a doutrina brasileira não costuma diferenciar o dever de informação do dever de conselho”. Contudo, o dever de aconselhamento é uma derivação do dever anexo de informação e decorre da boa-fé objetiva, constituindo a obrigação de informar o consumidor sobre o produto ou serviço mais adequado. Portanto, é um dever presente no ordenamento jurídico brasileiro e fundamenta-se na confiança necessária<sup>298</sup> que o consumidor deposita no profissional que detém o conhecimento da operação. Como derivação do dever de esclarecimento, sua observância é um imperativo da boa-fé objetiva, que determina que as partes devem contribuir para não frustrar as expectativas recíprocas<sup>299</sup>.

Pode conter em alguns casos, uma certa carga de subjetividade, mas não se deve olvidar que trata-se de uma obrigação de meio, já que o consumidor irá apreciar a informação e avaliar os riscos, o que, em princípio exime o profissional dos danos causados pela livre escolha do consumidor<sup>300</sup>.

O dever de conselho é concretizado, por exemplo, na apresentação das vantagens e desvantagens na contratação, no oferecimento de outras formas de contratação mais vantajosas, e até mesmo no estímulo a não contratação, quando notoriamente o consumidor não tiver condições de honrar o contrato de crédito.

Por tais motivos, a concessão de crédito a quem evidentemente não possui condições de reembolso deve gerar a responsabilização civil do fornecedor. Aquele que, sabendo da situação financeira do consumidor, o induz a realizar uma contratação que o levará à ruína financeira, comete ato ilícito (consubstanciado no abuso do direito de conceder crédito) e, portanto, deve ser responsabilizado por

---

<sup>296</sup> STIGLITZ, Rubén S. La obligación precontractual de información. El deber de consejo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 22, abril-junho. 1997, p. 24.

<sup>297</sup> LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 198.

<sup>298</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 239.

<sup>299</sup> STIGLITZ, Rubén S. La obligación precontractual de información. El deber de consejo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 22, abril-junho. 1997, p. 13.

<sup>300</sup> STIGLITZ, Rubén S. La obligación precontractual de información. El deber de consejo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 22, abril-junho. 1997, p. 24.

perdas e danos, além da invalidação do contrato<sup>301</sup>.

Neste sentido, a 1ª Câmara da Corte de Cassação Francesa, em 27/06/1995, responsabilizou um banco pela concessão de crédito, em um caso excepcional, em que o profissional de uma instituição financeira induziu um agricultor a contratar um financiamento de um trator do qual ele não tinha necessidade, por já possuir outro em perfeito estado. O agricultor se superendividou em decorrência do contrato, pois seus baixos rendimentos não suportavam a carga de juros anual. A corte entendeu que a oferta de crédito nos moldes da lei não dispensa o dever de conselho da instituição financeira em alertar o consumidor sobre a taxa de juros que era evidentemente insuportável para ele<sup>302</sup>.

No Brasil, um caso judicial envolvendo o dever de aconselhamento também merece especial atenção. Uma instituição financeira realizou vários contratos de crédito com a demandante a fim de quitar financiamentos anteriores, e, valendo-se da sua condição de idosa, induziu-a a realizar novos contratos que eternizariam o débito, em vez de oferecer soluções para reduzi-lo. Quando a autora se deu conta do engano, tentou resolver os contratos, mas foi impedida de fazê-lo pela instituição financeira. A 1ª Turma Recursal Cível da Comarca de Porto Alegre, baseando-se no dever de informação, resolveu os contratos e condenou a financeira ao pagamento de danos morais em favor da consumidora<sup>303</sup>. Heloísa Carpena e Rosângela

---

<sup>301</sup> CARPENNA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 336.

<sup>302</sup> LIMA, Clarissa Costa de. O dever de informação nos contratos de crédito ao consumo em direito comparado francês e brasileiro: a sanção para a falta de informação dos juros remuneratórios. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 69, jan-mar, 2009, p. 17.

<sup>303</sup> "Consumidor. Contrato Bancário. Ação de Rescisão contratual cumulada com indenização por danos morais. Tentativa frustrada de cancelamento de empréstimo consignado. Idoso. Dever de informação. Dano moral configurado.

1. Autora que não obteve êxito na resolução contratual na esfera administrativa. Contratos de financiamento renovados periodicamente.

2. Em se tratando de pessoa idosa, deveria ser devidamente esclarecidas as obrigações assumidas, na forma como estabelece o art. 50, inciso I, do Estatuto do Idoso.

3. Ausência de comprovação de que o Banco BMG e a financeira MAIS FÁCIL CRED oportunizaram à autora o conhecimento de todas as cláusulas contratuais, especialmente de que a contratação seria com aquela instituição financeira. Mostra-se, assim, imperiosa a rescisão do contrato.

4. Dano moral in re ipsa, pelo simples ato ilícito do demandado. Quantum indenizatório (R\$ 2.500,00) que merece ser mantido face aos princípios da proporcionalidade e razoabilidade, bem como atento aos parâmetros adotados por esta Turma Recursal em casos semelhantes.

5. Multa do artigo 475-J que incide imediatamente após o trânsito em julgado da decisão, sendo desnecessária a intimação do devedor para pagamento. Sentença mantida pelos seus próprios fundamentos. Recurso Improvido". (Recurso Inominado 71002455418 – 1ª Turma Recursal Cível de Porto Alegre. Relator: Dr. Fábio Vieira Heerdt, j. 12 ago. 2010).

Cavallazzi (2006)<sup>304</sup> sustentam que, em casos como este, configura-se o abuso do direito de fornecer crédito. O crédito concedido de forma temerária, embora aparentemente “se insira na esfera do lícito, na medida em que satisfaça os requisitos formais”, na verdade, constitui ato abusivo, “desviando-se das finalidades sociais que constituem o fundamento de validade da liberdade de contratar, ou, mais especificamente, de fornecer crédito”. E completam, salientando que esta atitude constitui grave violação ao princípio da dignidade da pessoa humana no âmbito obrigacional, por reduzir à inadimplência o consumidor.

Aliás, o caso é ainda mais relevante por tratar-se de consumidora idosa, que, por ser ainda mais vulnerável em virtude da total ignorância das condições de contratação do crédito, deposita uma especial confiança no profissional. A instituição financeira, além de não ter apresentado as desvantagens da contratação ou alertado à consumidora de que o contrato a levaria a uma situação de superendividamento, ludibriou-a, incentivando-a a assinar um contrato que não traria benefício algum e aumentaria ainda mais o saldo devedor.

Apesar de tratar-se de um caso pontual, deve-se observar que, o alcance da cláusula geral da boa-fé objetiva, permite ao Poder Judiciário solucionar hipóteses de superendividamento geradas pela inobservância do dever de conselho. Este dever integra o nosso sistema jurídico, mas é raramente utilizado pelo Judiciário para responsabilizar instituições financeiras que concedem empréstimos a consumidores evidentemente endividados. Conforme será exposto, o Direito comunitário europeu instituiu o princípio do empréstimo responsável e a legislação que se pretende criar no direito brasileiro busca importá-lo para nosso ordenamento. Todavia, grande parte do conteúdo do princípio do empréstimo responsável é constituída do dever de aconselhamento, por tratar-se da exigência da responsabilidade na concessão do crédito. Ele possui origem na boa-fé objetiva, que conforme exposto, regulamenta as relações contratuais com base na lealdade e transparência, construindo um regramento objetivo para as condutas. Portanto, ainda que dito princípio não tenha sido transposto para o Direito brasileiro, é possível, a partir da cláusula geral da boa-fé objetiva, a responsabilização do

---

<sup>304</sup> CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 337.

fornecedor em casos de superendividamento oriundos da inobservância do dever de aconselhamento.

#### 4.2 Outros instrumentos de prevenção ao superendividamento em direito comparado: a busca da responsabilidade na contratação do crédito

Além da regulamentação do dever de informação e da instituição de outras medidas legais, como o prazo de reflexão e a obrigatoriedade de apresentação de uma oferta prévia, podemos destacar outras formas de prevenção ao superendividamento experimentadas por outros países e sua aplicabilidade ao Direito brasileiro. Essas medidas visam, principalmente, à educação do consumidor para o crédito e o auxílio às instituições financeiras para sua concessão de forma responsável.

##### 4.2.1 Programas de educação para o crédito: a prevenção destinada ao público jovem

Os programas de educação para o crédito, existentes em países como os EUA, Noruega e Finlândia, são destinados principalmente ao público jovem. Nos países nórdicos, esta medida teve início no ano de 1996, por iniciativa conjunta dos ministros da defesa do consumidor, a partir da percepção de que cada vez mais cedo os jovens têm gerido um rendimento próprio, ainda que obtido por transferência familiar, e com isto, são inseridos no mercado financeiro<sup>305</sup>.

Os programas foram implantados nas escolas como parte dos currículos e focam aspectos como poupança, empréstimos, economia nacional, técnicas de vendas e *marketing*. Procura-se transmitir aos jovens o conhecimento que os permita compreender a composição das despesas familiares, o alcance das

---

<sup>305</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 197-198.

obrigações decorrentes das garantias prestadas, a importância da comparação de preços, as regras do crédito ao consumo etc<sup>306</sup>.

Para tanto, as instituições públicas responsáveis pelo programa educacional elaboraram textos, cartilhas e um *site* interativo no qual, além de obter informações, o estudante pode organizar seu orçamento e suas despesas. Estas instituições também investiram na formação dos professores, a fim de capacitá-los para ensinarem as disciplinas financeiras. Apesar das dificuldades encontradas nesta capacitação dos professores, registrou-se uma atitude positiva das famílias em relação aos programas de educação nas escolas<sup>307</sup>.

Os EUA, por outro lado, estimularam publicações destinadas à educação na gestão do dinheiro, de forma atrativa, para jovens e crianças a partir de quatro anos, como jogos, vídeos e livros<sup>308</sup>. Há também livros destinados aos adultos em diferentes circunstâncias, como divorciados, viúvas, aposentados etc.

Os programas de reabilitação para o crédito existentes nos EUA buscam reinserir no mercado consumidores que tenham recorrido ao tratamento legal do superendividamento e educá-los na gestão de seu orçamento<sup>309</sup>. Tais programas também são abertos a consumidores que vivem dificuldade de gerir o orçamento, mas ainda não se encontram superendividados.

#### 4.2.2 Os serviços de aconselhamento ao consumidor como forma alternativa às conciliações judiciais

Os centros de aconselhamento ao consumidor são instituições públicas ou privadas “orientadas e empenhadas em apoiar, informar e educar o consumidor em matéria de crédito e endividamento”<sup>310</sup>. Muitas delas também atuam como

---

<sup>306</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 198.

<sup>307</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 199.

<sup>308</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 199-200.

<sup>309</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 201.

<sup>310</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 201.

mediadora de conflitos entre credores e devedores, elaborando planos de pagamento de dívidas de consumidores endividados e auxiliando a “desafogar” os processos judiciais nos países em que coexistem os sistemas judicial e administrativo de tratamento do superendividamento.

Nos EUA, por exemplo, há uma rede de centros de aconselhamento constituída por organizações privadas, sem fins lucrativos, e que são financiadas por pequenas contribuições dos devedores que a elas recorrem, bem como pelos credores associados que se beneficiam dos planos de pagamento das dívidas. Uma delas é a *National Foundation for Credit Counseling*, que existe há mais de 30 anos e é composta por centros locais denominados *Consumer Credit Counseling Services (CCCS)*<sup>311</sup>. Além de oferecerem informações sobre crédito e endividamento e promoverem cursos e seminários sobre temas variados, os CCCS ajudam a resolver os problemas de consumidores com dificuldade de pagamento nos casos de dívidas não garantidas, elaborando planos voluntários de negociação, mediante a convocação dos credores e devedor para uma conciliação. Após a elaboração do plano, o devedor efetuará o pagamento mensal acordado diretamente para a CCCS, que se encarregará de distribuir os fundos entre os credores<sup>312</sup>.

Assim como a educação para o crédito destinada aos jovens, os centros de aconselhamento para consumidores são de desejável criação no Brasil. Elas constituem um meio de oferecer auxílio para os consumidores na contratação do crédito e na gestão orçamentária e constituem uma forma eficaz de atuação conjunta com o Poder Judiciário no tratamento do superendividamento (de maneira similar aos PROCONs, que atualmente representam uma parcela considerável dos acordos realizados entre consumidores e fornecedores).

---

<sup>311</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 203.

<sup>312</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 204.

#### 4.2.3 Os fichários de crédito: o detalhamento de informações e a polêmica em torno da privacidade do consumidor

Os fichários de crédito são bases de dados que contêm informações sobre o passivo e o ativo dos devedores e têm a finalidade de disponibilizar aos fornecedores de crédito os elementos que os permitam apreciar a capacidade de reembolso dos consumidores<sup>313</sup>.

Os fichários podem ser positivos ou negativos. Os primeiros comportam todo o histórico creditício do consumidor, enquanto os segundos contêm apenas os incidentes negativos de pagamento.

Na França, existiam fichários de caráter privado, que disponibilizavam aos fornecedores esta espécie de informação, até que a Lei de 31.12.1989 criou o Fichário Nacional de Incidentes de Crédito (FICP – *Fichier National des Incidents de Remboursement des Crédit aux Particuliers*), que passou a ser gerido pelo *Banque de France*. A legislação francesa optou por constituir um fichário negativo, que comporta os seguintes dados sobre os consumidores: a) os incidentes de pagamento caracterizados pela lei; b) as decisões de admissibilidade das comissões de superendividamento, quando requerido tratamento legal pelo consumidor; c) a relação de devedores que se beneficiaram de um plano convencional ou medidas recomendadas pelas comissões. O consumidor deve ser informado quando seu nome for inscrito nestes cadastros<sup>314</sup>.

Os devedores podem acessar as informações a seu respeito, sendo que somente aos bancos é dado o acesso ao conteúdo integral dos fichários, já que tratam-se de instrumentos destinados a eles. Considerando que a legislação francesa responsabiliza os bancos pela concessão irresponsável do crédito, os fichários permitem que eles avaliem as condições financeiras do consumidor antes de aprovar o crédito.

A inscrição permanece no fichário enquanto perdurarem as obrigações do consumidor superendividado (contidas no plano convencional ou nas

---

<sup>313</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 208.

<sup>314</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 112-113.

recomendações feitas pela Comissão de Superendividamento), sem, poder, contudo, exceder a oito anos.

Os EUA, por sua vez, optaram por constituir fichários positivos, denominados *credit reports*, cuja organização e gestão cabe aos *credit bureau*, empresas que centralizam as informações positivas e negativas dos consumidores.

Os *credit reports* contêm dados pessoais do consumidor, como estado civil, número de filhos e situação profissional. Contêm, ainda, o histórico do crédito do consumidor, ou seja, as regularidades dos pagamentos, existência ou não de dívidas pendentes, natureza dos incidentes negativos (atrasos, planos de reestruturação, pedido de falência etc), bem como a lista das empresas que obtiveram acesso à informação de cada devedor (o acesso a estes fichários não se limita às instituições financeiras)<sup>315</sup>.

Atualmente, há no Brasil uma grande polêmica sobre a instituição de cadastros positivos de crédito. O projeto de lei que regulamenta a matéria foi apresentado pela primeira vez no ano de 2004 ao Senado Federal, tendo sido objeto de inúmeras emendas na Câmara dos Deputados, que versam sobre a obrigatoriedade da autorização pelo consumidor para inserção de informações sobre seu histórico de crédito, bem como os meios de punição daqueles que se valem dos cadastros de forma ilícita (por exemplo, vendendo informações para fins comerciais).

Os profissionais contrários aos fichários positivos alegam que eles constituem um meio de obtenção de informações sobre os hábitos dos consumidores e sua vida econômica, em clara violação à privacidade. Segundo eles, estes cadastros ferem os direitos da personalidade e a dignidade do consumidor, que não tem ciência sobre os dados a seu respeito que compõem os fichários e quem se utiliza das informações<sup>316</sup>.

Já os profissionais que são favoráveis, alegam que a medida facilita a obtenção de crédito pelo consumidor e constitui um aliado na negociação das taxas de juros para o “bom pagador”. Segundo o atual presidente da SERASA, Ricardo Loureiro, os juros no Brasil são altos porque a inadimplência é rateada entre os bons e maus pagadores<sup>317</sup>. Já nos países que adotam a informação positiva

---

<sup>315</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 209.

<sup>316</sup> Dados: Jornal Folha de São Paulo, edição de domingo, 24.10.2010, p. B5.

<sup>317</sup> Dados: Jornal Folha de São Paulo, edição de domingo, 24.10.2010, p. B4.

compartilhada, o risco de crédito cai entre um terço e a metade, reduzindo as taxas de juros.

Os fichários sem dúvidas constituem um banco de dados mais completo e eficaz do que os cadastros restritivos de crédito, por incluírem também as informações de pedidos de reestruturação do passivo e de comprometimento do devedor em relação aos planos amigáveis e judiciais. Maria Manuel Leitão Marques (2000)<sup>318</sup> observa, que deve haver, todavia, uma limitação nas informações que possam neles constar, especialmente nos fichários que comportam informações positivas e negativas, sob pena de se configurar a violação à honra e vida privada dos consumidores. Com efeito, em países que adotam os fichários positivos, eles são uma das principais fontes de reclamação dos consumidores, como é o caso da Câmara Federal de Comércio (*Federal Trade Commission*) dos Estados Unidos. Os consumidores argumentam que os fichários limitam o acesso ao crédito e violam a sua vida privada.

Assim, os fichários são de desejável criação no Brasil, inclusive os positivos, contudo, o acesso ao seu conteúdo deve ser, diferentemente do que ocorre nos Estados Unidos, restrito às instituições financeiras ou a quem o consumidor autorizar. Por outro lado, devem ser amplamente discutidas as informações que constarão destes cadastros, a fim de não violar a honra e vida privada dos consumidores.

Analisadas as formas de prevenção ao superendividamento em direito comparado e no direito brasileiro, passemos a estudar as medidas profiláticas contempladas pela legislação que se pretende criar no Brasil: o anteprojeto publicado pelo Brasilcon.

#### 4.3 Instrumentos de prevenção ao superendividamento previstos no Anteprojeto de Lei publicado pelo Brasilcon

O Anteprojeto de lei publicado pelo Brasilcon, de autoria da Professora Cláudia Lima Marques e das magistradas Clarissa Costa de Lima e Karen Rick Danilevicz Bertoncello, tem por escopo regulamentar o fenômeno do

---

<sup>318</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 208.

superendividamento, através de medidas que visam à sua prevenção e tratamento. As medidas preventivas priorizam a regulamentação da publicidade e da informação, bem como a importação de institutos e princípios da legislação europeia de intuito protetivo. Neste item, serão expostas as principais medidas previstas no anteprojeto de lei e será feita uma análise crítica à luz da realidade brasileira.

#### 4.3.1 A instituição de deveres positivos na publicidade do crédito como forma de garantir a escolha consciente do consumidor

O anteprojeto regulamenta a publicidade do crédito nos artigos 8º, IV; 9º; 10 e 11. A disciplina específica da publicidade prevista no anteprojeto não exclui as disposições do CDC ou outras que regem as relações de consumo. Com efeito, o art. 7º determina a aplicação conjunta da legislação consumerista, de modo a conferir a interpretação mais favorável ao consumidor superendividado.

É considerada abusiva a publicidade:

Que explore o estado de necessidade, se aproveite da inexperiência, dependência, estado mental, fraqueza ou ignorância do consumidor tendo em vista a sua idade, saúde, condição social, ou que seja capaz de induzir o consumidor a contrair créditos de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde e segurança<sup>319</sup>.

É enganosa a publicidade que “induza o consumidor em erro, que inclua a menção a ‘crédito gratuito’ e que ponha ênfase na rapidez com a qual o crédito pode ser obtido”<sup>320</sup>.

Procura-se, com estes dispositivos, proteger os grupos de consumidores mais vulneráveis às más práticas publicitárias, como é o caso dos idosos e dos chamados “analfabetos funcionais”, além daqueles que necessitam do crédito para situações urgentes e imprevistas. Por serem mais facilmente induzidos em erro, são os maiores alvos da publicidade do crédito.

A proibição à menção a crédito gratuito encontra-se expressamente prevista no artigo 8º, IV, que também veda que a publicidade oculte, de alguma forma, os riscos e os ônus da contratação do crédito. A vedação à alusão a “crédito gratuito”, “crédito fácil” e à ocultação dos riscos e os ônus da contratação possui o intuito de

---

<sup>319</sup> Art. 10 do anteprojeto de lei.

<sup>320</sup> Art. 11 do anteprojeto de lei.

coibir que as mensagens publicitárias banalizem o crédito e induzam o consumidor em erro. O anteprojeto, neste aspecto, foi além da legislação francesa, que não proíbe a menção a crédito gratuito, mas apenas restringe o conteúdo da publicidade.

O artigo 9º inova estabelecendo um conteúdo positivo para a publicidade do crédito. Com efeito, a Diretiva 2008/48/CE advertiu que o controle da publicidade deve abranger necessariamente deveres negativos e positivos. Assim, além das proibições legais, o fornecedor deve ser obrigado a incluir na publicidade um conteúdo mínimo de informações, que auxiliem no consentimento do consumidor<sup>321</sup>.

O art. 9º dispõe que:

Qualquer publicidade que tem por objetivo ou podendo ter como consequência a concessão de um crédito ao consumidor deve ser identificada expressamente como 'publicidade', contendo de maneira inequívoca, legível e aparente ou, se for caso, audível: a) a identidade, o endereço e a qualidade do fornecedor de crédito; b) a forma de crédito a que se refere; c) a taxa efetiva anual de juros; d) a duração do contrato, e) o custo efetivo total do crédito.

Com estas informações o consumidor pode, desde a fase da publicidade, compreender o custo do crédito e a identidade do mutuante, que muitas vezes é diferente daquele que vende o bem ou serviço.

A disciplina da publicidade nos contratos de crédito visa a evitar que as mensagens “sejam instrumento de distorções na escolha dos consumidores e resultem em lesões aos valores fundamentais dos quais depende a qualidade de vida humana”<sup>322</sup>. Por isso, os dispositivos propostos pelo anteprojeto têm o intuito de formar o consentimento refletido do consumidor de crédito, através de disposições que obriguem o fornecedor à prestação de informação correta e transparente, para que a incitação ao consumo seja equilibrada pela boa-fé e seja propiciada a harmonização dos interesses na contratação.

---

<sup>321</sup> LIMA, Clarissa Costa. O MERCOSUL e o desafio do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 73, jan.-mar. 2010, p. 23.

<sup>322</sup> ALPA, Guido. *Il diritto Del consumatori*. 2.ed. Bari; Laterza, 1996, p. 69 apud CASADO, Márcio Mello. *Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro*. 2.ed. São Paulo: RT, 2006, p. 148.

#### 4.3.2 A consagração do princípio do empréstimo responsável e a regulamentação do dever de aconselhamento

O dever de aconselhamento<sup>323</sup> e o princípio do empréstimo responsável<sup>324</sup> foram inaugurados no âmbito da União Européia com a Diretiva 2008/48/CE e busca-se importá-los para o Brasil através do anteprojeto de lei. No mesmo sentido, a Declaração de Salvador, aprovada pelo Comitê de Defesa do Consumidor no Mercosul, também destacou como meta a regulação do crédito de forma a proteger o consumidor de forma eficaz e preventiva, assegurando a efetividade das normas atinentes à informação e concedendo novos direitos de informação nas relações de crédito<sup>325</sup>.

Conforme visto, os deveres anexos de informação e aconselhamento decorrem da boa-fé objetiva, mas sua regulamentação é de grande importância nos contratos de crédito, a fim de especificar deveres para os fornecedores e, ao mesmo tempo, criar novas sanções para o seu descumprimento. É necessário, destarte, não apenas melhorar a informação, mas efetivamente frear as práticas abusivas existentes no mercado, impondo ao fornecedor deveres que ultrapassem a obrigação genérica de informação. A exigência de um formalismo informativo rígido serve como proteção ao consentimento do consumidor na fase de formação do contrato<sup>326</sup>.

---

<sup>323</sup> Art. 5º da Diretiva 2008/48/CE “Em tempo útil, antes de o consumidor se encontrar obrigado por um contrato de crédito ou uma oferta, o mutuante e, se for caso disso, o intermediário de crédito devem, com base nos termos e nas condições do crédito oferecidas pelo mutuante e, se for caso disso, nas preferências expressas pelo consumidor e nas informações por este fornecidas, dar ao consumidor as informações necessárias para comparar diferentes ofertas, a fim de tomar uma decisão com conhecimento de causa quanto à celebração de um contrato de crédito...” Íntegra da Diretiva. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:PT:PDF>>. Acesso em: 29 set. 2010.

<sup>324</sup> Art. 8º da Diretiva 2008/48/CE “Os Estados-Membros devem assegurar que, antes da celebração do contrato de crédito, o mutuante avalie a solvabilidade do consumidor com base em informações suficientes, se for caso disso obtidas do consumidor e, se necessário, com base na consulta da base de dados relevante. Os Estados-Membros cuja legislação exija que os mutuantes avaliem a solvabilidade dos consumidores com base numa consulta da base de dados relevante podem reter esta disposição”.

<sup>325</sup> LIMA, Clarissa Costa. O MERCOSUL e o desafio do superendividamento. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo: RT, n. 73, jan.-mar. 2010, p. 20/21. O conteúdo completo da Declaração de Salvador encontra-se acessível no site: <<http://www.mj.gov.br>>. Acesso em: 29 set. 2010.

<sup>326</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 56.

Assim, o anteprojeto de lei regulamenta o dever de aconselhamento, obrigando o fornecedor a informar o consumidor de maneira personalizada, a partir das necessidades e expectativas apresentadas por ele, apresentando o crédito mais adequado, prevenindo-o quanto aos possíveis problemas da operação a curto e longo prazos e, inclusive, sugerindo possíveis soluções<sup>327</sup>. Nos dizeres de Nicole Chardin, a informação deve ser “tratada” para uso do consumidor, a fim de eliminar elementos supérfluos, ou seja, deve ser útil<sup>328</sup>.

Neste sentido, o artigo 8º garante ao consumidor o direito de “receber informações e aconselhamento em relação à adequação do crédito pretendido e crédito anexo ao contrato principal de consumo”. O anteprojeto obriga o fornecedor e o intermediário a darem ao consumidor, “de maneira exata e completa as informações relativas ao tipo de crédito principal ou acessório”<sup>329</sup>, além de explicar de forma clara as suas características,

Assim como as consequências da falta de pagamento para o consumidor ou as consequências do pagamento mínimo em se tratando de cartão de crédito, considerando a condição pessoal do consumidor para o qual o crédito é proposto, de modo que este possa compreender os efeitos decorrentes para sua situação econômica<sup>330</sup>.

Por sua vez, o art. 12 determina que o fornecedor deverá:

Aconselhar e sugerir, no âmbito dos contratos de crédito que oferece, o tipo e o valor de crédito mais adequado, tendo em vista o orçamento, a situação financeira e a capacidade de reembolso do consumidor no momento da conclusão contrato e da finalidade do crédito a ser concedido<sup>331</sup>.

Assim, não basta o fornecimento das informações mínimas exigidas pela lei, mas que seja transmitido o máximo de dados absorvíveis pelo consumidor, a fim de que o contrato satisfaça efetivamente as suas expectativas. O descumprimento deste dever sujeita o fornecedor a diversas sanções previstas na lei<sup>332</sup>, viabilizando, assim, a eficácia do dispositivo que regulamenta o dever de aconselhamento.

---

<sup>327</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 256.

<sup>328</sup> CHARDIN, Nicole. *apud* LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 206.

<sup>329</sup> Art. 12, alínea “a” do anteprojeto de lei.

<sup>330</sup> Art. 12, alínea “b” do anteprojeto de lei.

<sup>331</sup> Art. 12, alínea “c” do anteprojeto de lei.

<sup>332</sup> As sanções estão previstas no art. 23 e serão adiante analisadas.

O anteprojeto também consagra no Brasil a função social do crédito e o princípio do empréstimo responsável ao conferir ao consumidor o direito de “ser protegido contra a concessão irresponsável de crédito”<sup>333</sup> e determinando, no artigo 13, que:

Antes da celebração do contrato de crédito, o fornecedor deve avaliar de forma responsável e leal a situação do consumidor que solicita um contrato de crédito e se terá condições de respeitar as obrigações decorrentes do contrato; podendo para tal fim, e sob os limites da legislação específica sobre o tratamento de dados pessoais, requerer as informações necessárias e completas a fim de apreciar a sua situação financeira e sua capacidade de reembolso e, em qualquer caso, os seus compromissos financeiros em andamento.

Clarissa Costa Lima e Karen Bertoncetto (2006)<sup>334</sup> elucidam que o princípio do empréstimo responsável configura uma otimização dos princípios de informação, cooperação e aconselhamento e se mostra de grande importância para a efetiva prevenção ao endividamento excessivo e preservação do equilíbrio contratual. Este princípio foi alvo de profundas discussões no âmbito da União Européia até o seu encaminhamento pelo Projeto de Diretiva de 11/09/2002, que veio a ser consolidado pela Diretiva 2008/48/CE. O princípio consiste, basicamente, na obrigação do fornecedor em ser prudente na concessão do crédito<sup>335</sup>. Para tanto, ele deve levantar as informações necessárias para avaliar a solvabilidade do consumidor e se assegurar que de que este terá condições de reembolsar o valor pretendido<sup>336</sup>. Em caso de alteração do montante total do crédito, após a celebração do contrato, o fornecedor fica igualmente obrigado a atualizar a informação financeira do consumidor<sup>337</sup>. No âmbito da União Européia, esse levantamento inclui o dever de obtenção de informações sobre os consumidores junto aos bancos de dados, como os fichários de crédito. Inexistindo no Brasil esta espécie de fichários que contemplem dados mais completos, como os pedidos de reestruturação do passivo,

---

<sup>333</sup> Art. 8º, V, do anteprojeto de lei.

<sup>334</sup> LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 205.

<sup>335</sup> LIMA, Clarissa Costa. O MERCOSUL e o desafio do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 73, jan.-mar. 2010, p. 17.

<sup>336</sup> PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 177.

<sup>337</sup> Art. 13, parágrafo único, do anteprojeto de lei.

os credores deverão obter informações junto aos cadastros restritivos de crédito e instituições que contenham dados financeiros dos consumidores<sup>338</sup>.

Este princípio também impõe ao fornecedor, a partir das informações obtidas, o dever de, se for o caso, desaconselhar a contratação do crédito, coibindo, assim, os empréstimos feitos a consumidores que evidentemente não possuem condições de reembolso. As sanções para o descumprimento deste dever encontram-se dispostas no art. 23 do anteprojeto.

#### 4.3.3 A exigência da oferta prévia e a rigorosa sanção pela não apresentação do instrumento contratual

O anteprojeto de lei prevê a exigência da apresentação de uma oferta prévia escrita “em papel ou outro suporte duradouro”<sup>339</sup> antes da celebração do contrato, a fim de dar ao consumidor acesso a todas as informações sobre o crédito oferecido. O fornecedor ou intermediário deve, através da oferta prévia, especificar, no mínimo, as informações previstas no § 1º do art. 15<sup>340</sup> e esta obrigação subsiste ainda que a contratação do crédito seja feita à distância ou por terminais automáticos. Nestes

<sup>338</sup> Nas pesquisas realizadas no Rio de Janeiro sobre o perfil do consumidor superendividado, constatou-se que, em somente 39% dos casos, o contrato foi precedido da solicitação de comprovação de rendimento, sendo notório que os empréstimos são concedidos de forma temerária. Assim, o princípio do empréstimo responsável obrigará aos fornecedores avaliar os rendimentos dos consumidores de crédito, sob pena de responsabilização. Vide CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividado: referências no Brasil. *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p.392.

<sup>339</sup> Art. 15 do anteprojeto de lei. O conceito de suporte duradouro pode ser extraído do art. 2º, “f”, da Diretiva 2002/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho: “qualquer instrumento que permita ao consumidor armazenar informações que lhe sejam pessoalmente dirigidas, de um modo que, no futuro, lhe permita um acesso fácil às mesmas durante um período de tempo adequado aos fins a que as informações se destinam e que permita a reprodução inalterada das informações armazenadas.”

<sup>340</sup> §1º - Esta oferta prévia deverá ser prestada, em papel ou outro suporte duradouro, especificando:

- I) a identidade das partes;
- II) o preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- III) número, periodicidade e valor das prestações;
- IV) o montante do crédito;
- V) a natureza do crédito;
- VI) o objeto e as modalidades do contrato;
- VII) acréscimos legalmente previstos;
- VIII) o custo efetivo total do crédito;
- IX) o montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
- X) soma total a pagar, com e sem financiamento;
- XI) conseqüências da falta de pagamento;
- XII) garantias exigidas;
- XIII) direito de retratação do consumidor;
- XIV) o direito do consumidor de reembolso antecipado e as respectivas condições;
- XV) o direito do consumidor de receber cópia do contrato.

casos, a oferta deve ser adaptada de forma a perenizar a informação em prospectos e outros meios que facilitem o acesso à informação e o direito de retratação<sup>341</sup>.

A oferta prévia deverá ter validade mínima de um dia e deve ser apresentada somente para os contratos cujo reembolso exceda a seis meses<sup>342</sup>. O fornecedor fica obrigado a manter todos os termos da oferta durante o seu período de validade. Esta exigência tem por escopo permitir que o consumidor avalie as condições do crédito oferecido e a compare a oferta com as demais presentes no mercado, viabilizando a tomada de uma decisão esclarecida e informada. Por isso, a o anteprojeto exige que o fornecedor preste, além das informações obrigatórias por lei, todas as demais necessárias para um consentimento refletido<sup>343</sup>.

Observa-se, entretanto, que a concessão de apenas um dia para a reflexão e a comparação inviabiliza o objetivo legal de proteger o consumidor contra uma decisão impulsiva e irrefletida. A lei francesa, que também exige a apresentação da oferta prévia, obriga a sua manutenção por quinze dias. O prazo mínimo aceitável de manutenção da oferta prévia deve ser de sete dias, por ser um período que permite não apenas a comparação com as demais ofertas do mercado e a reflexão sobre a viabilidade do crédito, como também abrangerá necessariamente um final de semana, quando a decisão pode ser pensada e tomada em família<sup>344</sup>. A decisão de contração de um crédito é bastante séria para ser tomada às pressas pelo consumidor.

Frisa-se que o aumento do prazo da oferta prévia não prejudica a conclusão do contrato, já que ela pode ser aceita antes de findo o período de validade e até mesmo no momento da sua apresentação, subsistindo apenas a obrigatoriedade para o fornecedor de manter as condições oferecidas durante o prazo de validade.

Além desta modificação, sugere-se a inserção no art. 15, § 1º, da obrigatoriedade de ser especificado na oferta prévia, de forma destacada, o seu prazo de validade, a fim de garantir que o consumidor seja devidamente cientificado e impedir que seja coagido a contratar instantaneamente.

Sugere-se, ainda, com o intuito de conferir maior eficácia à exigência da oferta prévia, a inserção de penalidade específica e rígida em caso de não

---

<sup>341</sup> Art. 15, § 3º, do anteprojeto de lei.

<sup>342</sup> Art. 15, § 2º, do anteprojeto de lei.

<sup>343</sup> Art. 15, caput, do anteprojeto de lei.

<sup>344</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 92.

apresentação ou seu oferecimento em desacordo com os preceitos legais. O direito francês sanciona esta conduta com a perda dos juros remuneratórios. O art. 23 do anteprojeto prevê sanções para a violação deste dispositivo que podem ser aplicadas isolada ou conjuntamente. Contudo, a instituição de uma sanção específica e rígida, como a perda dos juros remuneratórios (que pode ser aplicada de forma cumulativa com as demais sanções), tem o condão de conferir maior eficácia à exigência da oferta prévia.

De outro norte, o anteprojeto prevê que o instrumento contratual de concessão de crédito, que também deve ser apresentado em papel ou outro suporte duradouro<sup>345</sup>, deve seguir os ditames do art. 52 do CDC e ainda especificar todas as condições contratuais, inclusive aquelas previstas no § 2º do artigo 16<sup>346</sup>. Ele também determina que seja entregue, no ato da assinatura, uma cópia do contrato para todos os contratantes e inclusive seus garantes, sob pena de inexistência do mesmo e retorno ao *status quo ante*, liberando-se o consumidor do pagamento de todos os encargos, inclusive os juros remuneratórios. Deste modo, a apresentação do instrumento contratual no momento da aceitação passa a ser condição para a existência do contrato.

Neste tocante, sugere-se, nos moldes da legislação francesa<sup>347</sup>, a inserção da obrigação de apresentação de nova oferta prévia nos casos de modificações das condições pactuadas em um contrato de crédito já concluído, principalmente nos

---

<sup>345</sup> Claudia Lima Marques explica que o contrato é também uma maneira de informar o consumidor, e por isso, desde a Diretiva 87/102/CE da União Européia é exigido o instrumento escrito. MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p.287.

<sup>346</sup> § 2º - O contrato de crédito deverá especificar, de forma clara e adequada, dentre outros termos e condições contratuais:

- I) a identidade das partes;
- II) o preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- III) número e periodicidade das prestações;
- IV) o montante do crédito;
- V) a natureza do crédito;
- VI) o objeto e as modalidades do contrato;
- VII) acréscimos legalmente previstos;
- VIII) o custo efetivo total do crédito;
- IX) o montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
- X) soma total a pagar, com e sem financiamento;
- XI) conseqüências da falta de pagamento;
- XII) garantias exigidas;
- XIII) direito de retratação do consumidor;
- XIV) o direito do consumidor de reembolso antecipado e as respectivas condições;
- XV) o direito do consumidor de receber cópia do contrato.

<sup>347</sup> Art. L 311-9 do Code de La Consommation.

casos em que houver alteração das taxas de juros ou aumento do crédito concedido, sob pena de inexistência das alterações e liberação do consumidor de todos os encargos inerentes a estas condições.

#### 4.3.4 A instituição do direito de retratação

O anteprojeto de lei institui o prazo de reflexão a todos os contratos de crédito por ele regulamentados, a fim de “evitar o risco de compromissos assumidos rapidamente demais”<sup>348</sup>, e permitir ao consumidor um melhor exame das condições do contrato, bem como a análise da real necessidade da contração e dos riscos e potenciais consequências advindas do crédito contraído.

O prazo do direito de arrependimento começa a contar “da data da celebração do contrato ou da recepção, pelo consumidor, da cópia do contrato”<sup>349</sup>, o que ocorrer por último, e não há necessidade de indicação de motivo para seu exercício. O fornecedor deverá facilitar o exercício do direito de retratação, “imprimindo parte do formulário destacável e de fácil preenchimento pelo consumidor com todos os dados, identificando o fornecedor e o contrato específico”<sup>350</sup>.

O consumidor deverá “entregar o formulário ou declaração de próprio punho ao fornecedor/mutuante mediante protocolo, carta registrada ou qualquer outro meio de prova”<sup>351</sup> até o dia do termo final do prazo de reflexão. Deve-se observar que o anteprojeto prevê a utilização de qualquer meio de prova para o exercício deste direito e não apenas o formulário destacável, a fim de que o formalismo não se volte contra o consumidor que a lei visa a proteger<sup>352</sup>.

---

<sup>348</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 89.

<sup>349</sup> Art. 18, §1º e art. 19, caput, do anteprojeto de lei.

<sup>350</sup> Art. 18, §2º e art. 19, §3º, do anteprojeto de lei.

<sup>351</sup> Art. 18, §3º, I e art. 19, §4º, I, do anteprojeto de lei. Na mesma linha da legislação francesa, o anteprojeto institui o formulário apenas para facilitar o exercício do direito de retratação, podendo o tomador exercê-lo por outros meios, como a declaração escrita. Geraldo Faria Martins da Costa observa que “o formalismo previsto pela lei não se deve voltar contra o consumidor que ela entende proteger”. COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 95.

<sup>352</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 95.

Além da entrega do formulário, o consumidor deverá “restituir ao fornecedor/mutuante o capital e pagar os juros vencidos sobre este capital a contar da data de levantamento do crédito até a data do pagamento do capital”, no prazo de sete dias após ter notificado o fornecedor da retratação, no caso do crédito consignado, e no prazo de 30 dias nos demais casos<sup>353</sup>.

O anteprojeto concede ao consumidor de crédito consignado o prazo de sete dias para retratação, e, nos demais contratos, o prazo de três dias. Nesta segunda hipótese, o direito inexistente para os contratos cujo reembolso não exceda a seis prestações.

Nas hipóteses em que o reembolso do crédito não consignado exceder a seis prestações, é previsto que o valor referente ao crédito não será entregue ao consumidor antes do término do prazo de reflexão (três dias) e, o sendo, será por conta e risco do fornecedor. Esta proibição é também um meio de facilitar o exercício do direito de retratação. Todavia, nas situações de “emergência e urgência, devidamente caracterizadas, o consumidor poderá abrir mão, por escrito, do referido prazo de reflexão e retratação”<sup>354</sup>, sendo do fornecedor o ônus da prova da renúncia do consumidor. Nestas hipóteses, o valor será creditado imediatamente para o consumidor, que não poderá desistir do contrato futuramente.

Estas disposições sobre o direito de reflexão, a exemplo da lei francesa, preveem uma formação escalonada do contrato de crédito para que o consentimento seja amadurecido<sup>355</sup>. Geraldo Costa (2002)<sup>356</sup> observa que a assinatura do contrato não é suficiente para concluí-lo e não implica a aceitação pelo consumidor, o que somente ocorrerá após a expiração do prazo de reflexão. Por isso, o exercício do direito de retratação não tem o condão de desfazer o contrato. O tempo é usado como forma de amadurecimento da vontade do consumidor, distante da agressão publicitária e do profissional do crédito<sup>357</sup>.

Observa-se, contudo, que o anteprojeto não prevê a formação escalonada do contrato nos casos de urgência, já que o consumidor pode renunciar ao direito de reflexão. Esta previsão pode gerar, na prática, uma série de conflitos em torno de

<sup>353</sup> Art. 18, §3º, II e art. 19, §4º, II, do anteprojeto de lei.

<sup>354</sup> Art. 19, §2º, do anteprojeto de lei.

<sup>355</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 93.

<sup>356</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 93-94.

<sup>357</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 94.

quais situações concretas seria constatada a urgência, dando causa para a concessão desmedida do crédito sem o prazo de reflexão, sob o pretexto da emergência e, deste modo, comprometer a eficácia do direito de arrependimento. E não é demasiado ressaltar que as situações de emergência são portas para a contração irrefletida do crédito e, conseqüentemente, para o superendividamento. Desta forma, sugere-se, em relação a estas hipóteses, a previsão de redução do prazo de reflexão e o recebimento imediato do crédito à conta e risco do consumidor, mas jamais a possibilidade de renúncia ao mesmo. A probabilidade do arrependimento em um contrato assumido muito rapidamente e de modo irrefletido é ainda maior, por isso o direito de retratação não pode ser retirado do consumidor.

Nestes casos, sugere-se que o consumidor elabore uma declaração de próprio punho, solicitando a entrega imediata do bem antes do término do prazo de reflexão e reconhecendo que este pedido tem por efeito a redução do prazo de retratação<sup>358</sup>, constando, ainda, que o consumidor foi informado de que recebeu o crédito à sua conta e risco. O ônus da prova da urgência e da existência da solicitação deve ser do fornecedor.

Deve-se ressaltar, ainda, que o prazo de três dias para o exercício do direito de retratação se mostra muito exíguo, já que inviabiliza a reflexão adequada pelo consumidor, e a comparação com outros créditos oferecidos no mercado. O prazo deve ser de, pelo menos, sete dias, para abranger sempre um final de semana, podendo ser reduzido para três dias no caso de urgência, mas, nesta hipótese, com o recebimento imediato do crédito.

O direito de retratação previsto no anteprojeto não possui aplicação aos contratos cujo reembolso seja inferior a seis prestações. Pelos mesmos argumentos e pela necessidade de proteger todo e qualquer contrato de crédito, ainda que o reembolso não exceda a seis prestações e o valor do crédito seja menos elevado, é importante conferir ao consumidor o direito de hesitação, mesmo que reduzido. Sugere-se, portanto, a redução do prazo para pelo menos dois dias nestes casos.

Por derradeiro, deve-se observar que o anteprojeto concedeu um prazo de reflexão mais extenso para os contratos de crédito consignado<sup>359</sup>, o que coaduna com a proteção especial que deve ser conferida aos idosos, como consectário do

---

<sup>358</sup> Vide art. L 311-24 do Code de La Consommation que prevê esta regra. Na legislação francesa, o recebimento antecipado do crédito tem o condão de reduzir o prazo de retratação de 7 para 3 dias.

<sup>359</sup> Art. 18, do anteprojeto de lei.

princípio da dignidade da pessoa humana. Defendi em outro trabalho<sup>360</sup> a necessidade de criação de um prazo especial de reflexão para estes consumidores, a fim de que tenham um período de tempo, de acordo com as suas condições e necessidades, para avaliar os benefícios ou prejuízos da contratação do crédito. O crédito consignado é oferecido sobretudo aos aposentados, consumidores, que, conforme defendido por Cristiano Heineck Scmitt (2009)<sup>361</sup>, são hipervulneráveis, por apresentarem uma fragilidade acentuada no mercado de consumo sendo, por este motivo, mais suscetíveis aos apelos do crédito desmedido.

A lei deve atentar para o superendividamento na velhice que possui efeitos ainda mais devastadores, por gerarem no consumidor idoso o sentimento de fracasso, inutilidade, podendo levá-los à depressão, ao isolamento e causar até mesmo a morte por doenças psicossomáticas.

#### 4.3.5 A interdependência entre o contrato de consumo e o contrato de crédito

O anteprojeto prevê, no art. 20, a interdependência entre os contratos de consumo e de crédito, estabelecendo que “a invalidade ou a ineficácia do contrato de crédito coligado, conexo ou acessório repercute, na mesma medida, no contrato principal de aquisição de produtos ou fornecimento de serviços e vice-versa”. Conforme exposto no capítulo antecedente, nos casos em que há contratação mediante “crédito afetado”, o consumidor é raramente informado de que a relação de compra e venda é distinta daquela consubstanciada no contrato de crédito, bem como de que tratam-se de fornecedores diversos.

A falta de previsão da vinculação expressa entre os contratos deixa o consumidor suscetível, por exemplo, à cobrança do valor do crédito pela instituição financeira, enquanto o contrato de compra e venda é inválido ou descumprido pelo fornecedor do produto ou serviço.

Desta forma, o art. 21 passa a conferir ao consumidor três alternativas no caso de incumprimento ou inadimplemento parcial do contrato de consumo: valer-se

---

<sup>360</sup> GONTIJO, Patricia Maria Oliva. Crédito e superendividamento: uma análise em busca da concretização do princípio da dignidade da pessoa humana. Artigo apresentado no XIX Encontro Nacional do CONPEDI em Fortaleza, pendente de publicação nos Anais do evento.

<sup>361</sup> SCHMITT, Cristiano Heineck. A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 70, abr-jun, 2009, p. 149.

da exceção do contrato não cumprido contra o fornecedor do crédito; redução do montante do crédito em montante igual ao da redução do preço ou a resolução do contrato de crédito. Ressalta-se, porém, que a lei também prevê o inverso, ou seja, a invalidade do contrato de crédito gerará a invalidade do contrato de compra e venda.

Deve-se observar que a conexão entre os contratos de crédito e consumo obrigará o tomador a acionar ambos os fornecedores no caso de questionamento judicial de qualquer deles, já que, a decisão direcionada a um dos contratos repercutirá na mesma medida no outro.

O anteprojeto confere, ainda, uma proteção especial no caso dos contratos acessórios ao crédito. O art. 22 dispõe que, se o consumidor exercer o direito de retratação em relação ao contrato de crédito, ele também se desvincula do serviço acessório, como é o caso do seguro. Assim, o exercício do direito de retratação abrangerá o crédito e todos os seus acessórios.

Esta conexão estabelecida entre os contratos protege as expectativas legítimas do consumidor, que vislumbra nesta operação uma unitariedade entre os contratos, sendo uma medida eficaz para coibir possíveis abusos praticados pelos fornecedores.

#### 4.3.6 As sanções para o descumprimento dos deveres legais

As sanções para o descumprimento de todos os deveres criados pelo anteprojeto, com exceção da falta de entrega do instrumento contratual<sup>362</sup>, encontram-se previstas no art. 23, que dispõe o seguinte:

Os fornecedores respondem solidariamente pela concessão, direta ou indireta, de um crédito em desconformidade com qualquer dos artigos desta lei e ficarão sujeitos a uma ou mais das seguintes sanções:

I – perda dos juros moratórios;

II – perda da correção monetária;

III – perda dos juros remuneratórios;

IV – multa em favor do Fundo de Negociação do Endividamento;

V - remissão das dívidas;

VI – imposição de contrapropaganda e/ou avisos públicos de cessação da prática comercial.

---

<sup>362</sup> O descumprimento deste dever é sancionado pelo art. 16, § 1º.

A graduação e a cumulação destas sanções ficarão a critério do julgador, a partir das circunstâncias do caso, da conduta do fornecedor, da gravidade e espécie do descumprimento e da extensão do dano. Com relação ao descumprimento dos deveres de informação específicos da publicidade do crédito, sugere-se a imposição de sanções de ordem administrativa a serem aplicadas sem prejuízo das sanções judiciais, pois, além da imediatividade destas medidas, elas podem ser aplicadas diretamente pela autoridade administrativa que constatar a irregularidade.

#### 4.4 Regras que também seriam de desejável criação no Direito brasileiro

O anteprojeto não contempla algumas regras eficazes para prevenir o superendividamento que também seriam de desejável criação no Direito brasileiro. Algumas delas já foram experimentadas por outras ordens jurídicas e merecem ser transpostas para nosso sistema.

##### 4.4.1 A proteção específica para a figura dos garantes

O primeiro conjunto de regras a serem propostas visa a conferir proteção para a figura dos garantes. Com efeito, o garantidor responde nas mesmas condições que o devedor principal, mas carece de proteção legal específica<sup>363</sup>. O *Code de La Consommation* estabelece algumas exigências formais para a proteção do fiador e algumas delas são de desejável criação no Direito brasileiro.

A primeira delas é a extensão do prazo de reflexão para o fiador, que deve ser contemplado com os mesmos benefícios do devedor principal. O prazo de reflexão permite ao fiador avaliar a viabilidade de assumir o risco do crédito alheio e as suas condições de reembolso em caso de descumprimento pelo devedor.

A segunda exigência relaciona-se à cláusula de solidariedade. No Direito brasileiro, a fiança dada por duas ou mais pessoas conjuntamente em relação ao

---

<sup>363</sup> O anteprojeto prevê apenas uma proteção específica ao garante, impondo a obrigatoriedade de entrega da cópia do contrato para ele, sob pena de inexistência do mesmo. Art. 16, § 1º.

mesmo débito acarreta a solidariedade entre os fiadores, salvo disposição expressa em contrário. No Direito francês, por outro lado, para que a solidariedade seja instituída, ela deve estar expressamente manuscrita no contrato pelo fiador, contendo, ainda os nomes dos demais fiadores com os quais se obriga solidariamente, sob pena de nulidade. Esta regra inversa é mais protetiva para o fiador, especialmente nos contratos de crédito, pois garante que ele tenha ciência da extensão da sua obrigação.

A terceira exigência, também de desejável criação, refere-se à hipótese de inadimplência por parte do devedor principal. A lei francesa exige que o fiador seja informado pela instituição credora desde o primeiro incidente de não pagamento. A falta desta informação o desobriga do pagamento dos acessórios, como penalidades e juros de mora, decorridos desde a data do primeiro não pagamento até a data da sua notificação. Ora, o fiador responde nas mesmas condições que o devedor principal, mas normalmente é acionado somente quando a dívida já se encontra acumulada. Por tal motivo, deve ser dado ao fiador o direito de saldar o débito desde o primeiro incidente de não pagamento, a fim de que seja evitado o superendividamento, não apenas do devedor principal, mas também dele próprio.

#### 4.4.2 A proteção especial ao idoso nos contratos de garantia

Além do reconhecimento da fragilidade acentuada dos idosos no mercado de crédito, tem-se que, o seu desconhecimento a respeito dos contratos de garantia e a sua debilidade física e emocional são motivos para conferir-lhes uma proteção especial também nos contratos que garantem o crédito. Verifica-se, com efeito, que muitas vezes o devedor principal de um contrato de crédito, que pode ser até seu parente ou filho, vale-se da sua fraqueza e condição especial para impulsioná-lo a assumir uma garantia assaz onerosa. Assim, idosos que sequer compreendem os efeitos destas garantias, quando acionados, são obrigados a arcar com os custos do reembolso do crédito, tornando-se indivíduos superendividados na velhice. Por tais

motivos, sugeri em outra oportunidade<sup>364</sup> a criação de limitação às garantias oferecidas por idosos, com base em seus rendimentos, com respaldo no princípio da dignidade da pessoa humana. Afinal, é dever do Estado conferir a estas pessoas uma proteção mais rígida em vista das suas condições peculiares, seja como devedor ou como garante.

Com efeito, a devida proteção à dignidade do idoso, tendo em vista a sua hipervulnerabilidade, coaduna-se com o princípio do empréstimo responsável, que configura a exigência da verificação da solvabilidade do devedor quando da contratação do crédito. Ora, não apenas o crédito deve ser concedido de forma responsável, devendo-se proteger igualmente a figura do garante. Sugere-se, pois, não a faculdade, mas a imposição de vedação às instituições financeiras de aceitarem fiança sem a comprovação dos rendimentos, nos casos em que idosos figurarem como garantes em contratos de crédito. Conseqüentemente, devem ser obstadas as garantias oferecidas por idosos sem condições de reembolso.

Portanto, a limitação às garantias é uma das possíveis formas de prevenir o superendividamento destas pessoas a quem o Estado deve, por determinação constitucional, garantir o bem-estar, a dignidade e o direito à vida.

No mesmo sentido, a lei deve estabelecer, a exemplo da legislação francesa, uma causa suplementar de extinção da fiança conferida pelos idosos. Geraldo de Faria Martins da Costa (2002)<sup>365</sup> explica que, na França, é vedado às instituições de crédito prevalecerem-se do contrato de fiança assumido por uma pessoa física cujo patrimônio é manifestamente desproporcional à obrigação assumida no momento da contratação, a não ser que, quando acionado, o patrimônio do fiador permita-lhe honrar com o compromisso assumido. Pela previsão legal, a garantia que seja manifestamente desproporcional em relação aos bens e renda do fiador conduz à sua desoneração do contrato. Esta é uma regra de desejável criação no caso dos fiadores idosos, como forma de coibir que eles sejam coagidos a assumir contratos de garantia muito onerosos em relação ao seu patrimônio e conseqüentemente, evitar o seu superendividamento.

---

<sup>364</sup> GONTIJO, Patricia Maria Oliva. Crédito e superendividamento: uma análise em busca da concretização do princípio da dignidade da pessoa humana. Artigo apresentado no XIX Encontro Nacional do CONPEDI em Fortaleza, pendente de publicação nos Anais do evento.

<sup>365</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 105-106.

#### 4.4.3 A obrigatoriedade da exigência de garantias como forma de prevenção ao superendividamento

As pesquisas realizadas no Brasil sobre o perfil do consumidor superendividado, e cujos resultados foram apresentados no capítulo antecedente, constataram que o crédito é concedido, na maioria das ocasiões, sem a exigência de garantias ou comprovação dos rendimentos dos tomadores. Quando se trata da exigência de garantias, os números são alarmantes. No Rio de Janeiro, 88% dos entrevistados superendividados relataram que o crédito foi concedido sem a exigência de quaisquer garantias e, no Rio Grande do Sul, este percentual alcançou 77%. Ora, a garantia viabiliza a satisfação do crédito quando o tomador deixa de reembolsar o valor, evitando que a dívida se transforme em uma “bola de neve”, evitando o seu superendividamento. Além disso, a exigência de garantia nos contratos de crédito pode ser considerada um consectário do princípio do empréstimo responsável, por frear a concessão desmedida do crédito<sup>366</sup>.

Deste modo, indene de dúvidas de que a garantia se mostra uma forma eficaz de prevenir o superendividamento e a sua exigência em certos contratos de crédito constitui uma medida profilática de desejável criação.

Propostas as regras para a prevenção do endividamento excessivo, passemos ao estudo do tratamento destas situações e da legislação que se pretende criar no Brasil.

---

<sup>366</sup> CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividado: referências no Brasil. *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 392.

## 5 O TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO E AS PERSPECTIVAS DA REGULAMENTAÇÃO LEGAL NO BRASIL

*É preciso salvar o náufrago do crédito. É preciso cuidar, tratar, curar a pessoa superendividada (...) resgatando sua cidadania econômica. Em última análise, lutando contra a exclusão social<sup>367</sup>.*

### 5.1 Objetivos e premissas de um tratamento para o superendividamento

A despeito das inúmeras formas vislumbradas para se prevenir o superendividamento, é notório que não cessa de crescer a quantidade de consumidores que recorrem ao tratamento legal em todos os países que o regulamentam<sup>368</sup>. O tratamento do superendividamento consiste, basicamente, na reestruturação da conjuntura financeira do devedor de boa-fé, a fim de evitar a sua ruína completa. As medidas curativas devem não apenas promover a quitação dos débitos, mas, essencialmente, resguardar os interesses do devedor e assegurar o seu restabelecimento de forma digna. Ao mesmo tempo, deve ser encontrado um equilíbrio entre os interesses dos credores e os custos sociais do tratamento.

Maria Manuel Leitão Marques (2000)<sup>369</sup> observa que a regulamentação legal do superendividamento deve partir de duas premissas: 1) a solução deve equilibrar os interesses do devedor, dos credores e da sociedade, a fim de que todos possam usufruir das vantagens do tratamento; 2) o superendividamento deve ser tratado como um problema mais social do que jurídico e, como tal, devem ser preferidas as soluções extra-judiciais aos processos judiciais, que podem ser obtidas pela mediação entre credores e devedor de forma voluntária. Com efeito, a solução buscada deve ser, sobretudo, eficaz, de modo a garantir o cumprimento do plano de

---

<sup>367</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 114.

<sup>368</sup> Neste sentido, ver PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 29.07.1998 relativa à luta contra as exclusões sociais. Traduzido por Karen Rick Danilevicz Bertoncello. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 129. e MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 212.

<sup>369</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 213.

recuperação, sendo certo que a imposição de uma decisão judicial não pautada nos interesses das partes é mais passível de ser descumprida do que aquela baseada na conciliação.

A partir da percepção da urgente necessidade de se tratar o superendividamento no Brasil e permitir uma solução adequada e benéfica para consumidores e credores e, a partir das premissas ora aduzidas, o estudo passa a analisar os principais modelos de tratamento do superendividamento e a legislação que se pretende criar no país.

## 5.2 O *fresh start* e a “reeducação”: os modelos norte-americano e francês para o tratamento do superendividamento e as conseqüências práticas da sua implantação

Existem duas filosofias subjacentes aos sistemas de tratamento do superendividamento que permitem classificá-los em dois grandes sistemas: a filosofia do “*fresh start*” (“recomeço”), que fundamenta o modelo norte-americano e a da “reeducação”, que alicerça o modelo europeu.

O modelo norte-americano, também adotado pelo Direito inglês, encara o superendividamento como um risco do desenvolvimento do mercado financeiro e da sociedade de consumo que deve ser socializado, ou seja, repartido entre o consumidor (aquele que comete uma falha ao se superendividar) e a sociedade (que pela expansão do crédito gera este risco). Desta feita, o endividamento excessivo não é encarado de forma negativa, mas como uma consequência de uma falha cometida pelo consumidor, que deve ser perdoada e reparada pela sociedade, abrindo-se para ele uma oportunidade de recomeço.

O modelo europeu, por sua vez, parte do pressuposto de que, apesar da sociedade estimular o crédito, o superendividamento é oriundo das atitudes do consumidor que se excede. Portanto, ele deve reparar o erro e ser reeducado. O devedor merece ser ajudado nas hipóteses em que a situação também derivar de circunstâncias externas e imprevisíveis, ou seja, quando o superendividamento não for intencional. Porém, o consumidor deve ser responsabilizado pela contração arriscada do crédito para que a situação não se repita futuramente.

Passaremos, então, a analisar as principais características de ambos os sistemas, a fim de promover um comparativo com a tutela atual do superendividamento no Brasil e o modelo que se pretende criar.

### 5.2.1 O *Bankruptcy Reform Act* de 1978 e a adoção da *fresh start policy* como filosofia subjacente à *open credit society*: a necessidade de um recurso à políticas para frear o crescente número de processos de falência

Os EUA, que possuem uma economia de consumo por excelência, adotam o modelo da *open credit society* (sociedade aberta ao crédito) sem reservas e apresentam, conseqüentemente, o maior percentual de superendividamento do mundo<sup>370</sup>.

Com efeito, o endividamento naquele país é encarado como um componente regular da economia e, a despeito da existência de vários centros de aconselhamento ao consumidor, o recurso ao crédito é estimulado pela sociedade. A filosofia liberal encara o consumidor como um componente do mercado, tratando-o de forma semelhante a uma empresa, para que, ainda que endividado, seja prontamente reintegrado no mercado para voltar a consumir<sup>371</sup>. Do mesmo modo, a arraigada noção do *self made man* (o homem-empendedor que se faz por esforço próprio) estimula o recomeço, ainda que o consumidor encontre-se em situação de ruína. Estima-se que esta mentalidade provenha do fato de que a sociedade norte-americana foi constituída eminentemente por emigrantes europeus que foram para a América atrás de um recomeço<sup>372</sup>.

O modelo adotado para tratamento do superendividamento também espelha esta filosofia. Permite-se a liquidação dos bens do devedor, o pagamento das dívidas e o perdão daquelas restantes, a fim de que o consumidor possa recomeçar a vida sem estar atrelado às dívidas. Este sistema, porém, gerou grandes polêmicas nos EUA devido ao constante crescimento do recurso à falência após a implantação

---

<sup>370</sup> A respeito do crescimento do número de processos de falência nos EUA, vide o item 5.2.2 *infra*.

<sup>371</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 215.

<sup>372</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 215.

do *Bankruptcy Code* (Código das Falências) em 1978 e aos indícios do recurso excessivo da falência pelos devedores “oportunistas”. Por isso, o sistema norte-americano cedeu, em termos, ao modelo europeu da reeducação, de forma que atualmente o consumidor superendividado pode optar, com algumas restrições, por abrir o procedimento de falência mediante dois sistemas de recuperação. O primeiro deles, que comporta a noção do recomeço (*fresh start*), encontra-se no Capítulo 7 (*Chapter 7*) do Código das Falências. O outro procedimento, que propõe um plano de pagamento das dívidas, encontra-se no Capítulo 13 (*Chapter 13*). Serão traçadas, em linhas gerais, as principais características destes dois procedimentos a fim de averiguar as suas diferenças com o modelo europeu, bem como os motivos pelos quais os EUA decidiram por ceder ao modelo da reeducação. Observa-se, porém, que os procedimentos norte-americanos são dotados de complexidades oriundas da conjugação entre as legislações federal e estadual, que não serão especificadas a fim de não desvirtuar o objetivo do presente trabalho.

#### 5.2.1.1 O procedimento do *Chapter 7* e a liquidação dos bens do devedor que não possui meios para se sujeitar ao reescalonamento de dívidas

O procedimento previsto no *Chapter 7* do Código das Falências pode ser iniciado tanto pelo devedor, quanto por qualquer dos credores que comprovem a impontualidade no pagamento das dívidas. É um modelo aplicável tanto à falência de pessoas físicas quanto de pessoas jurídicas<sup>373</sup>. As pessoas físicas que podem se sujeitar a este procedimento são aquelas que não possuem rendimentos regulares e, por isso, não podem se submeter a um plano de recuperação com pagamentos futuros. Trata-se, destarte, de uma insolvência no sentido literal, enquanto o procedimento do *Chapter 13* prevê um projeto de reestruturação do passivo para o devedor que ainda possui meios de recuperação financeira.

O procedimento de falência inicia-se com a entrega de um formulário contendo as informações sobre os bens e as dívidas do devedor, o que tem o condão de suspender imediatamente todas as execuções movidas em face dele.

---

<sup>373</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 279.

Após o prazo de vinte a quarenta dias<sup>374</sup> é realizada uma reunião entre credores, devedor e o administrador da falência (*trustee*), quando será feita uma avaliação acerca da situação financeira do insolvente. Neste momento, ele é informado a respeito do procedimento, que poderá ser remetido para o *Chapter 13* ou mesmo indeferido, se constatada a possibilidade de pagamento das dívidas com os rendimentos futuros<sup>375</sup>.

Caso seja decidida pela manutenção do procedimento, inicia-se a fase da liquidação, na qual o administrador da falência se encarrega de vender os bens penhoráveis e recuperar os bens e créditos indevidamente retirados do patrimônio do devedor, a fim de saldar, o quanto possível, os débitos não garantidos. Depois de liquidados os bens e da repartição do valor obtido entre os credores sem garantia, o devedor ficará desonerado das dívidas remanescentes, permanecendo apenas aquelas imperdoáveis (como alimentos, multas e alguns impostos). O perdão não é concedido para as pessoas jurídicas e ao devedor que tenha recorrido ao procedimento de falência nos últimos seis anos ou, ainda, em caso de constatação de fraude ou violação às regras do tribunal<sup>376</sup>.

O procedimento de liquidação do passivo dura aproximadamente quatro meses, quando é concedido ao devedor o recomeço (*fresh start*). Os rendimentos futuros não serão onerados para pagamento das dívidas, havendo apenas a obrigação do pagamento daquelas imperdoáveis. O devedor não poderá se valer do mesmo procedimento nos seis anos seguintes.

#### 5.2.1.2 O procedimento do *Chapter 13* e o ajustamento das dívidas do devedor

O procedimento previsto no *Chapter 13* tem a finalidade de reestruturar o passivo do devedor sem a necessidade de liquidação de seus bens. É exclusivo para pessoas físicas com rendimentos regulares e somente pode ser iniciado pelo

---

<sup>374</sup>

Disponível

em:

<<http://www.uscourts.gov/FederalCourts/Bankruptcy/BankruptcyBasics/Chapter7.aspx>>. Acesso em: 18 out. 2010.

<sup>375</sup> Quando constatado que ele possui condições financeiras de se submeter ao plano de recuperação. Após a entrada em vigor do *Bankruptcy Abuse Prevention and Consumer Protection Act*, esta avaliação passou a ser feita eminentemente pelo *means test*, que será adiante explicado.

<sup>376</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 282.

devedor<sup>377</sup>. Ao se valer deste procedimento, o montante das dívidas a serem pagas deverá ser, no mínimo, equivalente àquelas que seriam pagas caso fosse utilizado o *Chapter 7*. Ou seja, a utilização do *Chapter 13* está condicionada à vantagem proporcionada aos credores, que deve ser superior ou igual a que teriam se o devedor se valesse do procedimento de liquidação.

A apresentação do formulário tem igualmente o efeito de suspender as execuções que tramitam em desfavor do devedor. No prazo de 15 dias da entrega, ele deverá propor o plano de pagamento e, após 20 a 50<sup>378</sup> dias da abertura do procedimento, será marcada uma reunião entre devedor, credores e administrador (*trustee*) a fim de que todas as partes cheguem a um consenso sobre o plano. Durante esta fase, os credores podem apresentar reclamações sobre as dívidas, como prioridades e garantias, que serão enviadas ao tribunal.

Após a decisão sobre os incidentes de reclamação, o tribunal homologará o plano, que deverá preencher algumas condições, quais sejam, durabilidade máxima de três anos, excepcionalmente prorrogável por mais dois anos; pagamento integral dos créditos com garantias e tratamento idêntico aos da mesma categoria; estar de acordo com os rendimentos do devedor, deixando-se o mínimo vital para sobrevivência do agregado familiar. Ressalta-se que no plano de recuperação feito pelo procedimento do capítulo 13, pode haver o perdão de algumas dívidas não perdoáveis pelo procedimento de liquidação (capítulo 7)<sup>379</sup>.

Se o tribunal rejeitar o plano, o devedor poderá modificá-lo e sujeitá-lo a uma nova apreciação ou, ainda, requerer a conversão ao procedimento do *Chapter 7*<sup>380</sup> (caso não tenha condições de arcar com um plano de recuperação). Caso seja novamente apresentado e o tribunal confirme a rejeição, o administrador (*trustee*) permanecerá com os fundos para os custos de administração da falência e o restante será devolvido para o devedor<sup>381</sup>.

---

<sup>377</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 283.

<sup>378</sup> Disponível em: <<http://www.uscourts.gov/FederalCourts/Bankruptcy/BankruptcyBasics/Chapter13.aspx>>. Acesso em: 18 out. 2010.

<sup>379</sup> Disponível em: <<http://www.uscourts.gov/FederalCourts/Bankruptcy/BankruptcyBasics/Chapter13.aspx>>. Acesso em: 18 out. 2010.

<sup>380</sup> § § 1307 (a) e 1323.

<sup>381</sup> Art. 1326 (a) (2) do *Bankruptcy Code*.

Durante a execução do plano, o administrador irá distribuir os fundos para os credores, de acordo com o que tiver sido ajustado. O devedor não poderá se recorrer a nenhuma forma de crédito sem consultar o administrador durante a execução do plano.<sup>382</sup>.

Caso o requerente não consiga cumprir o plano em virtude de circunstâncias excepcionais, como doenças que levam ao desemprego, e os credores já tiverem recebido o valor que receberiam se tivesse sido adotado o *Chapter 7* e, ainda, se não for possível a conversão para aquele procedimento por ausência de bens, a lei permite ao devedor pleitear o *hardship discharge*, que significa o perdão das dívidas remanescentes<sup>383</sup>. Neste caso, as dívidas perdoáveis são as mesmas previstas para o procedimento do capítulo 7.

Caso o devedor não consiga honrar o plano por qualquer outro motivo, poderá pleitear a sua alteração<sup>384</sup>. Este pedido também pode ser feito pelo administrador ou qualquer dos credores prejudicados. Serão alterados os prazos de pagamento e/ou suprimidas algumas dívidas, lembrando que a alteração para o procedimento de liquidação dependerá sempre do montante recebido pelos credores.

### 5.2.2 Discussões acerca da eficácia prática do modelo norte-americano

A legislação falimentar dos EUA sempre foi considerada um “*debtor-friendly law*”<sup>385</sup> desde o *Bankruptcy Act of 1898*, por propagar uma forte política de perdão de dívidas. Com a revogação desta legislação pelo *Bankruptcy Reform Act of 1978*, mais conhecido como *Bankruptcy Code* (Código das Falências), consolidaram-se os procedimentos falimentares no país, mas permaneceu a política do alargado perdão de dívidas.

<sup>382</sup>

Disponível

em:

<<http://www.uscourts.gov/FederalCourts/Bankruptcy/BankruptcyBasics/Chapter13.aspx>>. Acesso em: 18 out. 2010.

<sup>383</sup> § 1328(b) do *Bankruptcy Code*.

<sup>384</sup> §§ 1323 e 1329 do *Bankruptcy Code*.

<sup>385</sup> Tradução livre: Amigável ao devedor. BAK, Thomas; GOLMANT, John Golmant; WOODS, James. A Comparison of the effects of the 1978 and 2005 bankruptcy reform legislation on bankruptcy filing rates. *25 Emory Bankr. Dev. J.* 2008-2009, p. 12. Disponível em: <<http://heinonline.org>>. Acesso em: 08 set. 2009.

Os autores norte-americanos explicam que o código tentava motivar os devedores a optarem pelo procedimento do *Chapter 13* (reestruturação), mais favorável aos credores, através do *superdischarge*<sup>386</sup> (super desconto) de dívidas e a possibilidade de um extenso plano de pagamento. Contudo, o efeito foi inverso, percebendo-se um recurso excessivo ao *Chapter 7* (liquidação), mais atraente ao devedor.

Com efeito, após a entrada em vigor do *Bankruptcy Reform Act of 1978*, o número de processos de falência aumentou demasiadamente. Anteriormente à sua vigência, a média anual de abertura de processos era de 7.600, enquanto, após 1978, a média passou para 50.600 processos por ano<sup>387</sup>.

Inúmeras pesquisas científicas procuraram descobrir os motivos para este extraordinário crescimento e, dentre as explicações, encontravam-se o aumento das formas de contração de crédito e o estímulo ao endividamento, o aumento do desemprego e da inflação, a política da falência como um *fresh start* e o declínio do estigma social do devedor falido. A maior dúvida, contudo, era se a própria lei gerava este crescimento exagerado. A maioria dos estudos a considerava pelo menos como um dos fatores que levava a este aumento.

As companhias de cartão de crédito eram os credores mais prejudicados, principalmente pelo procedimento do *Chapter 7*, já que seus créditos não possuíam qualquer garantia. Verificou-se, ainda, que, anteriormente à abertura dos processos, os devedores vendiam os bens que não se beneficiavam de isenções para adquirir bens impenhoráveis, o que diminuía ainda mais suas chances de recebimento. Desta forma, no ano de 1998, estas companhias passaram a pressionar o governo em torno de uma reforma no procedimento falimentar de modo a torná-lo menos atrativo para o devedor. Esta reforma se consolidou no ano de 2005, no governo Bush, com a *Bankruptcy Abuse Prevention and Consumer Protection Act*, quando foram implantadas inúmeras alterações na política de perdão de dívidas, diminuindo as isenções e restringindo os bens impenhoráveis. Ao mesmo tempo, a abertura do procedimento passou a ser condicionada a um *means test*, que constitui uma avaliação sobre a solvabilidade do devedor para constatar a sua possibilidade de

---

<sup>386</sup> BAK, Thomas; GOLMANT, John Golmant; WOODS, James. A Comparison of the effects of the 1978 and 2005 bankruptcy reform legislation on bankruptcy filing rates. *25 Emory Bankr. Dev. J. 2008-2009*, p. 12. Disponível em: <<http://heinonline.org>>. Acesso em: 08 set. 2009.

<sup>387</sup> BAK, Thomas; GOLMANT, John Golmant; WOODS, James. A Comparison of the effects of the 1978 and 2005 bankruptcy reform legislation on bankruptcy filing rates. *25 Emory Bankr. Dev. J. 2008-2009*, p. 12. Disponível em: <<http://heinonline.org>>. Acesso em: 08 set. 2009, p. 17-18.

pagamento do débito.<sup>388</sup> O ingresso pelo procedimento do *Chapter 7* também passou a ser restrito, de modo a alterar a mentalidade do *fresh start* para uma política de reeducação.

Percebeu-se, a partir de então, um decréscimo nos processos abertos pelo *Chapter 7* e um crescimento no número de processos pelo *Chapter 13*, mas, ao mesmo tempo, vislumbrou-se uma estabilidade no percentual de abertura de processos, que anteriormente à reforma crescia “em flecha”.

Pode-se dizer, destarte, que os EUA foram vítimas do próprio sistema da *fresh start* e se viram obrigados a ceder ao modelo da reeducação, a partir da percepção de que a permissão do “recomeço”, com o alargado perdão de dívidas, estimulava o superendividamento mesmo após a falência do devedor, dando causa, ainda, à abertura de inúmeros processos por devedores oportunistas que se valiam do benefício do perdão das dívidas.

Ainda hoje, percebe-se que o Código das Falências prevê o perdão de débitos de forma ampla, o que deveria ser uma medida excepcional por não educar o consumidor no sentido de evitar endividamento posterior. Por outro lado, inexistente na legislação o requisito da boa-fé para a obtenção da proteção estatal, donde se extrai que todo e qualquer superendividado pode valer-se dos benefícios da insolvência. A inexigibilidade da boa-fé, por óbvio, estimula o endividamento ativo e oportunista, e ao mesmo tempo vai de encontro aos interesses dos credores, que terão de conceder benefícios a estes devedores.

### 5.2.2 O modelo europeu da “reeducação” e as constantes alterações da legislação francesa visando à adaptação aos resultados práticos

Conforme visto, o modelo europeu parte do pressuposto de que o consumidor superendividado falhou ao exceder os limites do crédito, porém, é considerado vítima do sistema que estimula o endividamento. Desta forma, a sociedade se responsabiliza por reeducá-lo nas hipóteses em que a situação não foi causada propositadamente, ou seja, quando o devedor estiver de boa-fé.

---

<sup>388</sup> As condições para o *means test* encontram-se descritas em: <<http://www.bankruptcylaw.org>>. Acesso em: 20 out. 2010.

Desta feita, os modelos europeus baseiam-se na elaboração de um plano de pagamento acordado com os credores e por intermédio de uma autoridade estatal. O patrimônio presente e futuro do devedor será onerado para quitação da totalidade ou ao menos de parte das dívidas. Para conferir maior clareza e em continuação ao capítulo antecedente, optamos pela análise do tratamento do superendividamento conferido pela legislação francesa, na qual baseou-se a legislação que se pretende criar no Brasil.

#### 5.2.2.1 O tratamento do superendividamento no Direito francês

O procedimento de tratamento do superendividamento foi inicialmente implementado na França pela lei de 31.12.1989, conhecida como Lei Neiertz<sup>389</sup>, a partir da percepção da grave realidade social de que aproximadamente duzentas mil famílias encontravam-se em situação de desespero financeiro.

Constatou-se, após um período de vigência da lei, que estas cifras seriam bem superiores, o que levou Gilles Paisant a afirmar que o procedimento foi vítima de seu próprio sucesso<sup>390</sup>. Com efeito, a legislação necessitava de alterações urgentes no tocante à organização da jurisdição, pois a inesperada quantidade de processos gerou uma sobrecarga nos juízes das execuções e uma morosidade dos procedimentos. A Lei de 08.02.1995 foi criada com este intuito, tendo, para tanto, instituído a fase administrativa obrigatória. A partir de então, foram criadas as *Commissions de Surrendettement* (Comissões de Superendividamento) em todos os departamentos da França, de modo que os processos não mais poderiam ser abertos diretamente perante o judiciário.

---

<sup>389</sup> A nomenclatura foi conferida ao diploma legal em virtude da sua autora ser Véronique Neiertz, então Ministra responsável pelas questões de consumo da França. MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 230.

<sup>390</sup> Segundo o autor, após dez meses do início da vigência da lei, haviam sido registrados mais de 90.000 processos perante as comissões departamentais e, após o período de dois anos, o número de registros alcançou 227.079. PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 29.07.1998 relativa à luta contra as exclusões sociais. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 106.

Após certo período, estas comissões constataram que a lei não acompanhava a realidade do superendividamento. A maioria dos consumidores (69% dos casos)<sup>391</sup> eram superendividados passivos, ou seja, viviam esta situação em virtude de acidentes da vida, como desemprego, divórcio, morte de parente, doenças. A lei de 1989, por outro lado, era fundamentada no superendividamento ativo, em torno do recurso excessivo ao crédito, mas, por conta da realidade financeira dos consumidores, inúmeros planos de recuperação deixavam de ser cumpridos. Houve, assim, a necessidade de se realizar uma reforma legislativa visando à adaptação a esta situação social, o que ocorreu com a reforma do ano de 1998. A Lei de 29.07.1998, reconhecendo que a luta contra as exclusões sociais era um imperativo nacional fundado na dignidade da pessoa humana, instituiu o tratamento para os casos de insolvência grave, concedendo benefícios como a garantia do mínimo vital (*reste à vivre*), a moratória e a liquidação total ou parcial da dívida de um devedor superendividado que permanece insolvente mesmo após este período de suspensão.

De fato, o superendividamento mostra-se um fenômeno de extrema complexidade e cuja regulamentação legal jamais se mostrou suficiente para remediar as inúmeras situações concretas, o que tem levado o legislador francês a implementar constantes alterações em busca de uma maior eficácia prática maior. Em 2003, a legislação sofreu uma terceira grande reforma a fim de proporcionar soluções para as diversas hipóteses de superendividamento. Atualmente, após alterações legislativas ocorridas nos anos de 2007, 2008 e 2010, o procedimento é constituído de duas fases: administrativa e judicial.

#### 5.2.2.1.1 A fase administrativa obrigatória e o alargado papel das *Commissions de Surrendettement*

Conforme visto, a fase administrativa obrigatória corre perante as Comissões de Superendividamento, que são instituições autônomas e descentralizadas, não

---

<sup>391</sup> PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 1º. 08. 2003 sobre a cidade e a renovação urbana. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 131.

sujeitas a nenhuma autoridade hierárquica nacional e compostas por seis representantes de diferentes setores da Administração Pública<sup>392</sup>.

O processo é iniciado por iniciativa exclusiva do devedor, que deve apresentar uma declaração detalhada, contendo dados dos ativos e passivos do seu patrimônio. Esta declaração será encaminhada para a comissão, que decidirá fundamentadamente sobre sua admissibilidade com base nos requisitos legais<sup>393</sup>. Caso seja indeferida, o devedor poderá recorrer ao juiz de seu domicílio e, em caso de deferimento, os credores poderão recorrer para objetar a falta de preenchimento dos requisitos legais, inclusive a boa-fé.

Ao admitir o pedido, a comissão verificará a situação financeira do devedor, podendo, para tanto, convocar os credores, obter informações junto a autoridades públicas e instituições de crédito, a fim de ter em mãos os dados da forma mais exata possível<sup>394</sup>.

O tratamento dado ao devedor será distinto a partir da situação constatada. Ou seja, para a lei francesa, existem três categorias de superendividado, quais sejam, aquele que possui condições de arcar com um plano de reestruturação do passivo (dificuldades financeiras mais brandas), o devedor insolvente, porém, não de forma irremediável e aquele que vive uma situação “irremediavelmente comprometida”<sup>395</sup> (insolvabilidade notória). Existe um procedimento de tratamento distinto aplicável a cada uma destas categorias, que, para efeito didático e de acordo com as denominações legais, chamaremos de plano de reestruturação amigável (art. L 331-6), recomendações extraordinárias ou moratória (art. L 331-7-1) e o restabelecimento pessoal (liquidação do art. L 332-6 e ss).

---

<sup>392</sup> O artigo L331 do *Code de la Consommation*, com redação alterado em 01.08.2003, discrimina os representantes das comissões: prefeito, o tesoureiro-geral(vice-presidente), diretor de serviços fiscais (cada um destes pode ser representado por um único delegado, nas condições estabelecidas por decreto), o representante local do Banco da França (que secretaria os trabalhos), e duas pessoas escolhidas pelo prefeito, uma delas sugerida pela associação francesa de instituições de crédito e empresas de investimento, e a outra sugerida pelas associações de famílias ou consumidores, que também terão um suplente nomeado nas mesmas condições. Além disso, podem participar das reuniões das comissões, a título consultivo, uma pessoa que tiver domínio de economia social e familiar e uma pessoa que possua experiência na área jurídica.

<sup>393</sup> Art. L331-3 do *Code de la Consommation*. OBS: Os requisitos legais são os mesmos apresentados no capítulo 2 *supra* e encontram-se no art. L.330-1 do *Code de la Consommation*.

<sup>394</sup> Art. L 331-3 do *Code de la Consommation*. As comissões possuem um amplo poder de instrução, podendo, ainda, averiguar se o débito originou de um contrato para o qual o devedor foi pressionado.

<sup>395</sup> A expressão é utilizada pelo Art. L331-7-2 do *Code de la Consommation* - Tradução livre.

a) O plano de reestruturação amigável na fase administrativa: o necessário esforço conciliatório das *Commission de Surrendettement*

No caso do devedor que possui condições de reestruturamento do passivo, a *Commission de Surrendettement* deve se esforçar para obter um acordo entre ele e os credores conduzindo-os à conclusão de um plano convencional de recuperação para pagamento das dívidas. Este plano deve obedecer às condições previstas no art. L 331-6, quais sejam: o escalonamento dos pagamentos; a redução ou eliminação das taxas de juros; a criação, consolidação ou substituição de garantias; a imposição de medidas ao devedor para não agravar sua situação financeira ou para facilitar o pagamento das dívidas, dentre outras. A forma da execução será detalhada no plano, não podendo, contudo, exceder a dez anos (com exceção dos casos de reembolso de empréstimo para aquisição de casa própria). Findo o acordo, ele é assinado pelo Prefeito e passa a ter força executória não sendo, portanto, enviado para o juiz da execução.

Caso, porém, as partes não cheguem a um acordo, a continuação do procedimento dependerá do pedido expresso do devedor à comissão para esta que envie ao juiz da execução recomendações sobre um plano de reestruturação de seu passivo. O teor das recomendações é semelhante àquele que poderia ser objeto de acordo, inclusive em relação à duração do plano, e encontra-se previsto no art. L 331-7. Havendo ou não recursos das partes a respeito destas recomendações, terá início a fase judicial, com o envio do processo para o juiz da execução.

b) As recomendações extraordinárias ou moratória em caso de insolvência reversível

Nas hipóteses em que a comissão constatar, de forma não irreversível, a insolvência do devedor, ela pode propor recomendações extraordinárias ao juiz da execução no sentido de suspender total ou parcialmente as dívidas, à exceção de alimentos, por um período não superior a dois anos<sup>396</sup>. Esta insolvência é caracterizada pela falta de recursos ou bens penhoráveis que permitam a quitação parcial ou total das dívidas através do plano de reestruturação do passivo. Gilles

---

<sup>396</sup> Este procedimento encontra-se previsto no art. L 331-7-1 do *Code de la Consommation*.

Paisant (2006)<sup>397</sup> explica que trata-se de uma forma intermediária em uma escala de gravidade do superendividamento. A moratória é concedida para que, durante o período de dois a três anos, o devedor possa restabelecer sua situação financeira, para, então, ser possível a elaboração de um plano de recuperação.

Os juros das dívidas suspensas não podem ser superiores à taxa legal<sup>398</sup> durante o período da moratória. Após o prazo de suspensão, será verificada a situação financeira do devedor. Caso seja favorável, serão feitas novas recomendações da comissão, propondo um plano de reestruturação<sup>399</sup>. Se, por outro lado, o devedor permanecer insolvente, será feita uma recomendação especial, propondo a remissão parcial das dívidas em conjugação com o plano de recuperação. Ressalta-se que, anteriormente à reforma de 1998, era permitida a supressão total das dívidas nestes casos. Contudo, após a lei de 29.07.1998, passou a ser permitida apenas de forma parcial e em combinação com o plano de reestruturação. A remissão total das dívidas somente é possível no caso do restabelecimento pessoal (insolvência notória).

Por fim, ressalva-se que em todos os casos de concessão de moratória, as recomendações devem ser obrigatoriamente enviadas ao juiz da execução, pois somente ele pode conferir-lhes exequibilidade.

c) O restabelecimento pessoal como medida curativa para as situações irremediáveis

Nas hipóteses em que a comissão constatar que a situação do devedor de boa-fé encontra-se “irremediavelmente comprometida”, sendo manifesta a impossibilidade de reestruturação do passivo, o procedimento adotado será o restabelecimento pessoal<sup>400</sup>. Esta situação poderá ser verificada também quando, durante a execução do plano, a conjuntura financeira do devedor for alterada de

---

<sup>397</sup> PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 1º.08.2003 sobre a cidade e a renovação urbana. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 138.

<sup>398</sup> Art. L331-7-1 do *Code de la Consommation*.

<sup>399</sup> Art. L331-7-1 do *Code de la Consommation*.

<sup>400</sup> Art. L331-7-2 do *Code de la Consommation*.

forma tal que a insolvência torne-se notória<sup>401</sup>. A comissão deverá inicialmente verificar a boa-fé do devedor. A má-fé será caracterizando quando, na alteração de categoria do devedor endividado, for constatada a sua má vontade em executar as medidas de reestruturação<sup>402</sup>. Deferido o pedido, passa-se para o procedimento de restabelecimento pessoal, que tramita perante o juiz da execução.

#### 5.2.2.1.2 A fase Judicial: a exequibilidade das medidas recomendadas pelas *Comissions* ou a instrução do procedimento

##### a) A execução judicial do plano de reestruturação e das recomendações extraordinárias

Caso seja inexitosa a tentativa amigável de elaboração de um plano de reestruturação (no caso de insucesso da tentativa de acordo na fase administrativa) ou, ainda, seja constatada pelas *Comissions* a necessidade de propor a moratória ou medidas extraordinárias (no caso de insolvência grave), elas elaborarão as recomendações e as apresentarão às partes. Estas terão o prazo de 15 dias para recorrer ao juiz da execução<sup>403</sup> sobre seu conteúdo e legalidade. Em ambos os casos, as recomendações não possuem força obrigatória por si mesmas, devendo ser necessariamente homologadas pelo juiz da execução.

Não havendo recurso das partes, o juiz verificará a sua legalidade e lhes conferirá força executória através da homologação<sup>404</sup>. Assim, não havendo recurso, o papel do juiz é limitado a conferir exequibilidade às medidas sem poder alterá-las, salvo em caso de ilegalidade. Caso as partes recorram, o juiz poderá instruir amplamente o processo, convocando devedor e credores e obtendo informações

---

<sup>401</sup> Neste caso, o tratamento dado ao consumidor será alterado de uma categoria para a outra. Ressalta-se que o inverso também poderá ocorrer, ou seja, se durante o processo o juiz constatar que a situação do devedor não está irremediavelmente comprometida, o processo será remetido para a comissão, o que implica um retorno ao procedimento antigo. Art. L 332-12, do *Code de la Consommation*.

<sup>402</sup> Nestes casos, trata-se de alteração de categoria do devedor endividado. A má-fé será notória quando for verificado que ele não contribuiu para reestruturar o passivo. Por outro lado, quando a insolvência for constatada pela comissão no início do procedimento, a boa-fé do devedor será presumida, cabendo ao credor provar o contrário.

<sup>403</sup> Art. L 332-2 do *Code de la Consommation*.

<sup>404</sup> Art. L 332-1 do *Code de la Consommation*.

junto às diversas instituições, a fim de avaliar a situação concreta do devedor, a validade e o montante da dívida etc. Em caso de requerimento das partes, o juiz pode, ainda, conferir ordem de execução provisória a uma ou mais das medidas previstas nas recomendações<sup>405</sup>.

Na sentença, o juiz poderá determinar o cumprimento das recomendações propostas ou alterá-las, especificando o plano de recuperação ou mesmo alterando a categoria do endividamento do devedor, possuindo ampla liberdade de instrução e decisão.

b) A fase judicial do restabelecimento pessoal: a liquidação dos bens do devedor

No caso de ser constatada a situação “irremediavelmente comprometida”, o processo deverá ser encaminhado pela *Commission* ao juiz da execução, que inicialmente verificará a boa-fé e a situação financeira do devedor. Para tanto, ele poderá obter todas as informações necessárias junto a diversas instituições de crédito e banco de dados e, no prazo de um mês, convocará devedor e credores para uma audiência na qual será debatida a conjuntura financeira do consumidor<sup>406</sup>. Durante este período, serão suspensas todas as execuções que tramitam contra o mesmo<sup>407</sup>.

Se for constatada a insolvência remediável, o procedimento retornará para a fase administrativa de elaboração do plano de reestruturação do passivo. Por outro lado, se for constatada a irreversibilidade da situação, o juiz decidirá sobre as reclamações de créditos e declarará a liquidação do patrimônio pessoal do devedor, excluindo-se os bens absolutamente impenhoráveis, os bens cuja venda seria claramente desproporcional ao valor de mercado, bem como aqueles de uso essencial para o exercício da atividade profissional<sup>408</sup>. Deverá ser dada publicidade sobre o procedimento a fim de formar uma execução coletiva<sup>409</sup>.

Será nomeado um síndico para a venda dos bens e a distribuição do produto da venda entre os credores, que será feita de acordo com a preferência e as

---

<sup>405</sup> Art. L 332-2 do *Code de la Consommation*.

<sup>406</sup> Artigo 332-6 do *Code de la Consommation*.

<sup>407</sup> Artigo 332-6 do *Code de la Consommation*.

<sup>408</sup> Artigo 332-8 do *Code de la Consommation*.

<sup>409</sup> Artigo 332-7 do *Code de la Consommation*.

garantias<sup>410</sup>. Se o ativo for suficiente para satisfazer os credores, o juiz declarará encerrado o processo<sup>411</sup>. Caso seja insuficiente e o devedor não disponha de outros bens, o juiz declarará encerrado o processo por falta de recursos, sendo suprimidas as dívidas remanescentes, com exceção de alimentos, multas penais, dentre outras<sup>412</sup>.

### 5.2.2.2 Conclusões acerca do modelo francês da “reeducação”

Conforme exposto, o fenômeno do superendividamento é demasiado complexo para ser abrangido pelas previsões legais, o que leva o legislador francês a promover constantes alterações, a fim de conferir maior eficácia às medidas curativas e abranger diferentes categorias de consumidores endividados. O excesso de categorias, contudo, cria para a comissão e/ou juiz o grande desafio de determinar, no caso concreto, a situação de superendividamento de cada devedor e conferir a melhor medida a ser aplicável. Exige-se, pois uma busca ainda mais detalhada de informações sobre a situação financeira do devedor.

O papel das *Commissions de Surrendettement*, que são instituições extrajudiciais, é essencial não apenas para “desafogar” o Poder Judiciário, mas também para diminuir o custo do superendividamento para o Judiciário e criar órgãos especializados neste tratamento. Com efeito, elas possuem condições de criar meios eficazes de reestruturação do passivo dos devedores e, ainda, formam uma base de dados confiável sobre o perfil do superendividado no país.

Por outro ângulo, percebe-se, a partir da comparação entre os dois modelos mundiais ora apresentados que, ao mesmo tempo em que o modelo norte-americano cede à reeducação, o direito francês, cede, de forma excepcional, ao *fresh start*, quando prevê a liquidação dos bens do devedor como forma de não perenizar o débito do consumidor já insolvente. Contudo, no caso francês, tais medidas são conferidas somente aos superendividados passivos de boa-fé, que são vítimas de acidentes da vida e não possuem qualquer capacidade de reembolso,

---

<sup>410</sup> Artigo 332-8 do *Code de la Consommation*.

<sup>411</sup> Artigo 332-9 do *Code de la Consommation*.

<sup>412</sup> Artigo 332-9 do *Code de la Consommation*.

enquanto no direito norte-americano inexistente distinção entre superendividados ativos e passivos.

Por outro lado, com estas previsões, a legislação francesa cria novos custos sociais para o tratamento do superendividamento, como a presença de um síndico da falência e a venda de bens por meio judicial, que, além do gasto excessivo pelo Poder Judiciário, gera a morosidade do procedimento, podendo agravar ainda mais a situação do devedor durante este período.

### 5.2.3 O tratamento do superendividamento pela jurisprudência brasileira e a necessidade da instituição de um sistema global de pagamento das dívidas dos consumidores de boa-fé

Não obstante a ausência de regulamentação legal do superendividamento, a jurisprudência brasileira vem encontrando, em casos pontuais, maneiras de tratar o superendividamento a partir da legislação vigente, em especial, da cláusula da boa-fé objetiva.

Um destes casos foi decidido pela Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Rio de Janeiro<sup>413</sup> e tinha como partes uma consumidora e uma instituição financeira que realizaram um contrato de empréstimo em um momento em que a autora mantinha dois empregos e plenas condições de reembolso. Posteriormente, ela veio a perder um dos empregos e, com isso, a maior parte dos rendimentos, de modo que o valor da prestação passou a atingir a quase totalidade de seu salário. A autora requereu, assim, a revisão das prestações a fim de quitar o contrato de acordo com sua nova conjuntura financeira. O pedido foi julgado procedente e confirmado em segunda instância com fundamento no art. 6º, V, segunda parte, do CDC. Este dispositivo permite a revisão das cláusulas contratuais que se tornem excessivamente onerosas em razão de fatores supervenientes. A decisão também resguardou o mínimo existencial para a consumidora ao determinar

---

<sup>413</sup> O relato do caso encontra-se disponível em: GAULIA, Cristina Tereza. O abuso do direito na concessão de crédito: o risco do empreendimento financeiro na era do hiperconsumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul-set, 2009, p. 56-57. A autora foi a juíza sentenciante deste caso.

que os descontos não poderiam ultrapassar 20% do valor dos seus rendimentos, sob pena de “inviabilizar a sobrevivência digna da consumidora superendividada”<sup>414</sup>.

Com efeito, Cláudia Lima Marques (2002)<sup>415</sup> assevera que a doutrina alemã defende a existência de um dever geral de renegociação nos contratos de longa duração que permite a sua revisão sempre que se verifique a quebra da base objetiva do negócio jurídico e a consequente onerosidade excessiva. Este dever, que no Brasil está inserido no aludido dispositivo, encontra seus fundamentos na concretização da boa-fé objetiva a partir da função de correção e adaptação em caso de mudança das circunstâncias. Não há necessidade de previsão expressa do dever de modificação, porque ele provém do novo *standard* de boa-fé na execução contratual que permite ao julgador adaptar o conteúdo do pacto visando ao seu reequilíbrio e, conseqüentemente, à sua manutenção. Desta forma, o vínculo é adaptado à nova base objetiva, evitando-se o superendividamento da parte lesada pela alteração das circunstâncias. O outro fundamento para o dever geral de renegociação provém da teoria do adimplemento substancial, que reforça a idéia de que cabe somente ao consumidor optar por resolver ou manter o vínculo, sendo que, ao fornecedor, cabe a manutenção e a renegociação dos termos do contrato a fim de que o consumidor possa adimpli-lo<sup>416</sup>.

A mesma autora ressalva, ainda, que o art. 6º, V, segunda parte, do CDC, consagra um dos aspectos da teoria da base do negócio jurídico preconizada por Larenz, na qual inexistente o requisito da imprevisão do fato superveniente<sup>417</sup>. Portanto, este dispositivo é diferente da teoria da imprevisão, o que permite a sua aplicação em casos com o ora relatado.

---

<sup>414</sup> GAULIA, Cristina Tereza. O abuso do direito na concessão de crédito: o risco do empreendimento financeiro na era do hiperconsumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul-set, 2009, p. 56.

<sup>415</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 43, jul.-set. 2002, p. 249-251.

<sup>416</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 43, jul.-set. 2002, p. 255.

<sup>417</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 43, jul.-set. 2002, p. 251-252.

Ressalta-se, no entanto, que, em casos semelhantes a este, a grande maioria das decisões judiciais extingue o processo sem resolução do mérito<sup>418</sup>, sob o fundamento de impossibilidade jurídica do pedido, ou julga improcedente a partir dos princípios do *pacta sunt servanda* e autonomia da vontade. Olvidam-se, porém, estes julgadores, que a autonomia privada, no Brasil, é tutelada constitucionalmente pelo princípio da dignidade da pessoa humana<sup>419</sup>, que visa a ordenar os interesses contratuais das partes de modo a garantir a livre escolha e conseqüentemente o livre desenvolvimento da personalidade dos indivíduos por meio da relação contratual. Segundo Hesse<sup>420</sup>, a liberdade contratual, manifestação mais importante da autonomia privada, pressupõe uma situação fática exatamente igual entre os interessados. Faltando este requisito, cabe ao Estado regulamentar a relação privada para garantir o equilíbrio indispensável ao desenvolvimento da personalidade.

Esta proteção coíbe a submissão de uma das partes ao interesse exclusivo do outro contratante, sendo inadmissível, na visão de um novo estado social, que a matéria contratual possa passar ao largo da incidência dos direitos fundamentais. Portanto, as decisões que consideram juridicamente impossível o pedido de revisão contratual ou levam ao extremo o princípio da autonomia da vontade não coadunam com a nova teoria contratual vigente no Direito brasileiro, pautada principalmente na boa-fé objetiva e nos princípios constitucionais.

---

<sup>418</sup> Ementa: “Ordinária. Ação de nulidade de cláusula contratual c/c revisional de obrigação creditícia e indenizatória. Cartão de crédito. Inadimplência comprovada. Não cabe ao Poder Judiciário intervir nas cláusulas contratuais, salvo quando ofendem a lei. Princípio da Intangibilidade dos contratos. Contrato de adesão firmado voluntariamente. Pacta sunt servanda. Financiamento. Assunção do custo. Pagamento da dívida extingue a obrigação. Extinção do contrato. Sentença de improcedência mantida por seus próprios fundamentos. TJRJ, Ap. Civ. 2006.001.15329, 11ª Câmara Cív. Rel Des. Paulo Sérgio Prestes, j. 10.05.2006. Também neste sentido, vide o seguinte trecho da sentença relatada no processo de número 0114.09106762-8, que correu perante o Juizado Especial Cível da Comarca de Ibitaré/MG, no qual uma consumidora requereu a renegociação de um débito com uma empresa de telefonia: “(...) Ao judiciário, então, não compete, salvo ameaça ou lesão a direito posto pela legislação pátria, interferir em questão interna da iniciativa privada. Não há nenhuma disposição em nosso ordenamento que obrigue o credor a financiar débito de seus devedores, ou seja, a questão de renegociação de dívida, insisto, por exclusiva dificuldade do devedor em adimplir sua obrigação, trata-se de política administrativa de cada empresa, tomando, cada qual, a iniciativa ou as deliberações que julgar mais convenientes ao negócio administrado”.

<sup>419</sup> A respeito do tema, vide o trabalho de Mariana Souza Pargendler e Judith Martins-Costa. PARGENDLER, Mariana Souza, MARTINS-COSTA, Judith. *A resignificação do princípio da autonomia privada: o abandono do voluntarismo e a ascensão do valor de autodeterminação da pessoa*. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/propesq/livro2/artigo\\_mariana.htm](http://www.ufrgs.br/propesq/livro2/artigo_mariana.htm)>. Acesso em: 20 fev. 2010.

<sup>420</sup> HESSE. *apud* PARGENDLER, Mariana Souza; MARTINS-COSTA, Judith. *A resignificação do princípio da autonomia privada: o abandono do voluntarismo e a ascensão do valor de autodeterminação da pessoa*.

Outra prática comum das instituições financeiras, e que gera a submissão de um contratante à vontade da parte mais forte, ocorre nos contratos de financiamento da casa própria ligados à compra e venda de um imóvel. Nos casos em que o consumidor torna-se inadimplente em virtude de circunstâncias imprevistas, a instituição concedente dificulta a transferência do imóvel a consumidores adimplentes e, ao mesmo tempo, se recusa a renegociar o contrato. Além disso, ela impede a devolução do imóvel, baseando-se na legislação que somente confere à parte adimplente a opção de resolver o contrato, o que tornava a dívida impagável e o consumidor superendividado<sup>421</sup>. Desta forma, o STJ consolidou o entendimento no sentido de permitir ao consumidor inadimplente que sofre um acidente da vida a resolução do vínculo contratual a fim de evitar a ruína do contratante como um imperativo da boa-fé objetiva. Vide, neste sentido, o seguinte aresto de julgado:

Promessa de compra e venda. Extinção do contrato. Comprador inadimplente. A orientação que terminou prevalecendo na Segunda Seção, depois de inicial controvérsia, é no sentido de que o promissário comprador que se torna inadimplente em razão da insuportabilidade do contrato assim como pretendido executar pela promitente vendedora tem o direito de promover a extinção da avença e de receber a restituição de parte substancial do que pagou, restando à construtora uma parcela a título de indenização pelo rompimento do contrato. Essa quantia a ficar retida varia de caso para caso; ordinariamente tem sido estipulada entre 10% e 20%, para cobertura das despesas com publicidade e corretagem, podendo ser majorada quando o imóvel vem a ser ocupado pelo comprador. Não há razão para que tudo ou quase tudo do que foi pago fique com a vendedora, uma vez que por força do desfazimento do negócio ela fica com o imóvel, normalmente valorizado, construído também com o aporte do comprador. Precedente. Recurso conhecido e provido em parte<sup>422</sup>.

Portanto, ainda que inexistente a previsão legal neste sentido, o judiciário passou a permitir ao consumidor inadimplente a resolução do contrato com a manutenção de parte substancial das parcelas pagas, anulando as cláusulas contratuais que o inseriam em desvantagem exagerada caso fizessem este pedido ao fornecedor. Desta forma, o consumidor passou a ter condições de se ver livre da situação de superendividamento gerada pelos altos encargos decorrentes da inadimplência.

---

<sup>421</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli *et al.* *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 278.

<sup>422</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *REsp 476775/MG*. Relator: Ministro Ruy Rosado de Aguiar, Órgão Julgador: Quarta Turma, Data do Julgamento: 20 mai. 2003, Data da Publicação/Fonte: DJ 04 ago. 2003, p. 317.

Observa-se, porém, que apesar de ser possível o tratamento de alguns casos de superendividamento passivo a partir da concretização da boa-fé objetiva e dos princípios constitucionais, as ações revisionais são um remédio paliativo, pois não permitem que os consumidores discutam as dívidas de forma global. O sistema de tratamento coletivo é mais vantajoso por permitir que o devedor obtenha um esquema de pagamento que envolva os diversos credores através de um plano de recuperação. O anteprojeto de lei apresentado pelo Brasilcon, desta forma, propõe o tratamento do superendividamento dos consumidores de boa-fé a fim de permitir o restabelecimento de suas finanças, e será estudado no próximo tópico.

#### 5.2.4 O tratamento do superendividamento no Anteprojeto de lei apresentado pelo Brasilcon: a apresentação de medidas de reestruturação do passivo do devedor

O anteprojeto de lei prevê um procedimento de tratamento baseado exclusivamente na reestruturação do passivo do devedor, diferindo-se dos modelos que prevêem também a hipótese de liquidação dos bens do insolvente irremediável.

O procedimento é dividido em duas fases, a conciliatória obrigatória e a judicial (que ocorre quando frustrada a tentativa de conciliação). O anteprojeto cuida, outrossim, da acolhida do consumidor superendividado quando do preenchimento e entrega do formulário que inicia o procedimento. Esta preocupação se deu a partir da experiência do Projeto Piloto de Tratamento do Superendividamento do Rio Grande do Sul<sup>423</sup>, que revelou que a existência do estigma do “mau pagador” e do sentimento de vergonha, incômodo e estresse dos consumidores, era fator determinante para o não comparecimento às audiências de conciliação, inviabilizando eventual acordo com os fornecedores. “Daí a necessidade de pessoal capacitado para a entrevista do superendividado e coleta de dados, em especial

---

<sup>423</sup> BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz; LIMA, Clarissa Costa. Conciliação aplicada ao superendividamento: estudo de casos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul-set, 2009, p. 139.

através de pessoas providas de senso global do fenômeno e conscientes das repercussões multidisciplinares geradas na vida do consumidor”<sup>424</sup>.

Por tais motivos, o anteprojeto de lei determina, no art. 34, que, na oportunidade da entrega do formulário petição, o consumidor poderá ser atendido por profissional das áreas de assistência social, psicologia ou por integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) a fim de receber aconselhamento acerca da prevenção e tratamento do superendividamento.

#### 5.2.4.1 Regras sobre competência, legitimidade ativa, assistência por advogado e o dever de cooperação processual

O procedimento será proposto perante o Poder Judiciário estadual, por iniciativa exclusiva do devedor, sendo competente o foro de seu domicílio. O procedimento terá início mediante a entrega de um formulário-petição. Este formulário será disponibilizado pelo Poder Judiciário e pelos órgãos de defesa do consumidor e conterá as seguintes informações, previstas no art. 29 do anteprojeto:

a) dados pessoais sócio-econômicos; b) rendimento mensal e despesas correntes; c) composição do núcleo familiar; d) relação de todos os credores e respectivos endereços, com indicação dos montantes de seus créditos, datas de vencimento, garantias de que se beneficiem. Integrará, ainda, a descrição da atuação do credor relativa ao fornecimento das informações sobre os encargos contratuais e se o crédito foi fornecido quando o consumidor já estava inserido em cadastros de inadimplentes; e) relação do ativo e respectivo valor, com indicação dos bens próprios e comuns; f) identificação de todas as ações e execuções contra si pendentes; g) descrição dos fatos que determinaram o aparecimento da situação de impossibilidade de satisfazer pontualmente as obrigações assumidas.

Se o devedor tiver dificuldade em fornecer com exatidão estes dados, poderá requerer ao Poder Judiciário que requisite as informações necessárias diretamente dos credores, dos bancos de dados, serviço de previdência e seguridade social, administração pública ou outras instituições que estejam habilitadas a fazê-lo,

---

<sup>424</sup> BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz; LIMA, Clarissa Costa. Conciliação aplicada ao superendividamento: estudo de casos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul-set, 2009, p. 139.

possibilitando, assim, a apuração de forma mais exata possível da sua situação financeira.

A veracidade das informações prestadas por devedor e credores no momento do preenchimento do formulário-petição, bem como na apresentação de dados e provas requisitadas durante o procedimento processual, integram o dever de cooperação previsto no art. 30 do anteprojeto. O descumprimento deste dever pode implicar, para o devedor, a perda do direito de se beneficiar da reestruturação do passivo<sup>425</sup>. Para o credor, pode implicar o agravamento das medidas porventura aplicadas no plano judicial, sem prejuízo das demais sanções legais, inclusive a pena de litigância de má-fé.

O acesso ao procedimento é isento de custas, taxas ou despesas em primeiro grau de jurisdição<sup>426</sup>, sendo que, nas causas de valor estimado em até vinte salários mínimos, o devedor poderá ser assistido por advogado; nas de valor superior, a assistência é obrigatória<sup>427</sup>.

#### 5.2.4.2 Os requisitos legais para o ingresso com o procedimento e dívidas abrangidas

Os requisitos para o ingresso com o procedimento encontram-se no art. 25, que assim dispõe: “entende-se por superendividamento, para efeitos do tratamento previsto nesta lei, a impossibilidade do devedor/consumidor, pessoa física, de boa-fé, em pagar o conjunto das suas dívidas de consumo vencidas ou a vencer”. A partir desta conceituação, depreende-se que os requisitos são similares àqueles previstos pela doutrina e pela legislação francesa, elencados no segundo capítulo, quais sejam:

a) Impossibilidade em pagar o conjunto das dívidas: esta impossibilidade é conceituada pelo art. 25, §2º, nos seguintes termos: “a impossibilidade determina-se pela insuficiência do patrimônio em função dos bens e rendimentos, tanto atuais como esperados, e das obrigações constituídas, ainda que estejam por vencer no

---

<sup>425</sup> O descumprimento deste dever após a apresentação do pedido implica o vencimento antecipado das dívidas. Esta penalidade encontra-se prevista no art. 60 do anteprojeto de lei.

<sup>426</sup> Art. 32 do anteprojeto de lei.

<sup>427</sup> Art. 33 do anteprojeto de lei.

momento da apresentação do pedido”. É, portanto, uma impossibilidade manifesta de fazer face ao conjunto das dívidas de forma não momentânea.

b) Devedor pessoa física e de boa-fé: O procedimento aproveitará, exclusivamente, aos devedores de boa-fé, considerados aqueles “cujo endividamento seja resultante de atos praticados sem o intuito doloso de prejudicar ou fraudar o direito dos credores”<sup>428</sup>. Existe, contudo, a presunção de boa-fé, em algumas situações, quais sejam:

- Superendividamento passivo: quando a insuficiência patrimonial resultar de:

a) doença, acidente ou outro evento fortuito ou imprevisto, inclusive falecimento de familiar; b) modificação grave ou imprevisível da situação laboral; c) alteração do núcleo familiar ou das suas condições de existência, que seja capaz de afetar o orçamento doméstico.<sup>429</sup>

- Superendividamento ativo inconsciente: quando a insuficiência patrimonial resultar de “exploração pelo credor da situação de necessidade, inexperiência, dependência, estado mental, fraqueza ou ignorância do consumidor tendo em vista a sua idade, saúde, condição social, entre outras circunstâncias pessoais relevantes”<sup>430</sup>. Percebe-se, a partir destas previsões, uma especial preocupação na proteção de pessoas debilitadas, como é o caso dos idosos e dos chamados “analfabetos funcionais” e, ainda, do devedor explorado em virtude de um estado de necessidade.

c) Dívidas de consumo: o tratamento abrange todas as dívidas do consumidor, com exceção daquelas que provenham de decisões judiciais, das alimentícias, fiscais, parafiscais e as dívidas relacionadas exclusivamente à atividade profissional do devedor<sup>431</sup>. O rol de dívidas excluídas se mostra mais alargado no anteprojeto do que em outras legislações, como a francesa e a norte-americana, que incluem, por exemplo, as dívidas fiscais no procedimento. Com relação à exclusão das dívidas relacionadas à atividade profissional do devedor, acredita-se que também serão excluídas as fianças prestadas em favor de pessoa jurídica da qual o devedor seja sócio (o que também ocorre no Direito francês). Observa-se, por fim, que as dívidas excluídas do tratamento legal deverão ser

<sup>428</sup> Artigo 26 do anteprojeto de lei.

<sup>429</sup> Artigo 27, ‘a’, ‘b’, ‘c’, do anteprojeto de lei.

<sup>430</sup> Artigo 27, ‘d’, do anteprojeto de lei.

<sup>431</sup> Artigo 25, §1º, do anteprojeto de lei.

consideradas para efeito de elaboração do plano de recuperação. Com efeito, apesar de não serem abrangidas pelo plano, estas dívidas integram o passivo do devedor e geram reflexos no cálculo do mínimo existencial e nos rendimentos disponíveis para pagamento dos valores acordados no plano.

#### 5.2.4.3 A fase de conciliação obrigatória e o esforço para a obtenção de um plano amigável e uma solução equitativa

Após a entrega do formulário-petição pelo devedor, será marcada a audiência de conciliação, na qual serão reunidos, simultaneamente, o superendividado e os credores declarados no formulário<sup>432</sup>. Os credores serão convocados mediante cartas-convites, que serão remetidas, preferencialmente, por via eletrônica<sup>433</sup>. Esta audiência deverá ocorrer no prazo máximo de 60 dias da entrega do formulário pelo devedor.

A audiência de conciliação será conduzida por juiz de direito ou por conciliador por ele nomeado e tem como objetivo obter um acordo que traduza a elaboração de um plano de pagamento destinado a conseguir, no final da sua vigência, o saneamento da situação patrimonial ou do superendividamento do devedor, mediante a adoção das medidas de reestruturação aceitas por todas as partes<sup>434</sup>.

As negociações deverão orientar-se no sentido de conseguir “a participação de todos os credores interessados em uma solução de equidade que implique comprometimento, durante o período de tempo convencionado, dos rendimentos previsíveis do devedor ao pagamento do passivo reestruturado”<sup>435</sup>.

O plano poderá conter medidas de temporização ou reescalonamento do pagamento das dívidas; de remissão das mesmas; redução ou supressão das taxas de juros; de consolidação, criação ou substituição das garantias, entre outras que sejam indispensáveis para adequar o passivo às possibilidades de cumprimento

---

<sup>432</sup> Artigo 38 do anteprojeto de lei.

<sup>433</sup> Artigo 38, parágrafo único do anteprojeto de lei.

<sup>434</sup> Artigos 36 e 40 do anteprojeto de lei.

<sup>435</sup> Artigo 41 do anteprojeto de lei.

efetivo do devedor<sup>436</sup>. O acordo pode, ainda, subordinar estas medidas ao comprometimento pelo devedor de determinados atos tendentes a facilitar ou a garantir o pagamento da dívida, bem como à sua abstenção de atos suscetíveis de agravar a situação de insolvência<sup>437</sup>, como a proibição de contrair novos créditos, a venda de bens, o corte de despesas supérfluas etc.

Deverá ser observada a reserva do mínimo existencial, “de modo que sua execução não venha a prejudicar a manutenção básica do consumidor e de sua família ou o pagamento das despesas correntes de sobrevivência”<sup>438</sup>.

O acordo deverá contemplar a data em que o credor procederá à exclusão dos dados do devedor dos cadastros restritivos de crédito, caso seu nome esteja registrado, bem como esclarecer quanto à suspensão ou extinção das ações em tramitação no Poder Judiciário envolvendo as partes<sup>439</sup>.

A homologação será feita pelo Juiz de Direito, mediante sentença com eficácia de título executivo<sup>440</sup>. A lei não estabelece o prazo máximo que o plano deverá observar quando for convencional (ou seja, quando elaborado na fase conciliatória). Por outro lado, o prazo máximo do plano judicial elaborado na segunda fase é de quatro anos. Permanece, assim, obscuro se, em caso de um plano convencional, as partes poderiam estabelecer um período de pagamento maior, mediante anuência de todos, ou se deverá ser respeitado o limite máximo em qualquer hipótese.

Observa-se que o acordo pode envolver apenas alguns credores ou os credores presentes. Nestes casos, assim como na hipótese de frustração da tentativa de conciliação por completo, o devedor poderá optar pelo arquivamento do procedimento ou por requerer a regularização das dívidas através de um plano judicial de pagamento. O requerimento para elaboração do plano judicial deverá ser feito no prazo de 15 dias, sendo que a inércia do devedor implica o arquivamento do procedimento<sup>441</sup>.

A ausência injustificada na audiência de conciliação acarretará as seguintes sanções: no caso do credor, a suspensão dos encargos de mora, a contar da data da audiência de conciliação; no caso do credor com crédito consignado, a

---

<sup>436</sup> Artigo 42 do anteprojeto de lei.

<sup>437</sup> Artigo 44 do anteprojeto de lei.

<sup>438</sup> Artigo 43 do anteprojeto de lei.

<sup>439</sup> Artigos 45 e 46 do anteprojeto de lei.

<sup>440</sup> Artigo 47 do anteprojeto de lei.

<sup>441</sup> Artigo 48 do anteprojeto de lei.

suspensão do pagamento e dos encargos de mora; no caso do devedor, o arquivamento do procedimento, sendo facultado o desarquivamento mediante o pagamento de custas<sup>442</sup>.

#### 5.2.4.4 A fase judicial e a imposição de um plano de recuperação

Conforme exposto, a fase judicial terá início caso seja inexitosa a tentativa de um plano amigável de reestruturação do passivo com um ou mais credores, presentes ou não na audiência de conciliação e o credor requeira, no prazo de quinze dias, a reestruturação do passivo por um plano judicial. Neste requerimento o credor também pode sugerir um plano de pagamento<sup>443</sup>.

Após o pedido, os credores cujos créditos não integraram o acordo obtido na fase conciliatória serão citados na forma do Código de Processo Civil. A citação de eventuais interessados será feita por edital, na forma do art. 231 do Código de Processo Civil<sup>444</sup>.

Citados, os credores e eventuais interessados terão o prazo de 15 dias para responder ao pedido de reestruturação judicial, apresentando as razões que entenderem de direito, bem como as especificidades dos contratos firmados com o consumidor e o valor das dívidas pendentes<sup>445</sup>. Após este prazo, com ou sem resposta, o juiz decidirá quanto à admissibilidade do procedimento de reestruturação judicial, mediante a análise da totalidade da renda e do patrimônio disponível do consumidor, do passivo já acordado na fase conciliatória e do passivo pendente.

A decisão que inadmitir o procedimento importará na extinção do processo sem resolução do mérito. A decisão que admiti-lo gerará os seguintes efeitos: a vedação ao ajuizamento de ação executiva contra o devedor; a suspensão das ações executivas pendentes; a suspensão dos juros e encargos contratuais; a exclusão do nome do devedor dos bancos de dados<sup>446</sup>.

O juiz poderá, ainda, determinar as diligências que entender cabíveis para a complementação das informações relativas às condições pessoais do devedor e dos

---

<sup>442</sup> Artigo 39 do anteprojeto de lei.

<sup>443</sup> Artigo 48 parágrafo único do anteprojeto de lei.

<sup>444</sup> Artigo 49 do anteprojeto de lei.

<sup>445</sup> Artigo 50 do anteprojeto de lei

<sup>446</sup> Artigo 51, §1º, do anteprojeto de lei.

contratos firmados, designando, se for o caso, audiência de conciliação, instrução e julgamento. A audiência, portanto, não é obrigatória e, caso aconteça, não haverá interrupção<sup>447</sup>. Será colhida a prova oral e as partes manifestarão imediatamente sobre os documentos apresentados pelas demais.

Finalizada a instrução, o juiz proferirá sentença apreciando: as contestações apresentadas; a suspensão dos encargos de mora resultantes da eventual ausência de credor na audiência de conciliação e da decisão de admissibilidade; a suspensão ou a extinção dos processos porventura em tramitação; as infrações que violem os interesses difusos, coletivos ou individuais dos consumidores, informando os órgãos competentes; o plano de reestruturação com objetivo de restabelecer a situação financeira do devedor, permitindo-lhe, na medida do possível, pagar as suas dívidas e garantindo-lhe simultaneamente o bem-estar da sua família e a manutenção de uma vida digna<sup>448</sup>.

Na sentença, o julgador também deverá apreciar as condições pessoais do devedor, bem como, a conduta do fornecedor do crédito antes da celebração do contrato (se observou os deveres de informação e de conselho, se consultou os bancos de dados e se avaliou a capacidade de reembolso do consumidor), podendo aplicar a sanção de perda dos juros remuneratórios ao fornecedor faltoso, ficando o consumidor obrigado a restituir apenas o capital emprestado, corrigido monetariamente<sup>449</sup>. Observa-se, contudo, que o juiz decidirá não apenas acerca do cumprimento dos deveres de informação e aconselhamento, mas sobre todos os deveres discriminados no anteprojeto, inclusive a obrigação de entrega do exemplar do contrato para o consumidor e seus garantes, cujo descumprimento é causa de inexistência do vínculo jurídico.

O plano terá duração máxima de quatro anos e poderá conter as mesmas medidas do plano amigável, devendo observar, inclusive a regra do mínimo existencial e a impenhorabilidade prevista no art. 649 do Código de Processo Civil.

---

<sup>447</sup> Artigo 53 do anteprojeto de lei.

<sup>448</sup> Artigo 54 do anteprojeto de lei.

<sup>449</sup> Artigo 56 do anteprojeto de lei.

#### 5.2.4.4.1 Do descumprimento do plano pelo devedor

Caso o devedor não consiga cumprir o acordo ou o plano de reestruturação judicial, em razão das situações previstas no artigo 28, alíneas 'a', 'b' e 'c' (equivalentes aos casos de superendividamento passivo e especificadas no item 5.2.4.2, letra b, *supra*) e tais situações restem devidamente comprovadas nos autos, ele poderá se valer novamente do benefício legal a qualquer tempo. Basta, portanto, a comprovação destas situações para a obtenção de um novo plano de pagamento.

O descumprimento por outros motivos não é contemplado pela lei, que se limita a dizer que “é vedado ao consumidor a obtenção do benefício legal da reestruturação judicial, assegurada nesta lei, caso tenha sido beneficiado anteriormente, no prazo de 2 (dois) anos”. Infere-se, pois, que se o devedor deixar de cumprir o plano por outros motivos após o período de dois anos da sua homologação, ele poderá se valer novamente do benefício legal.

Caso ele deixe de cumprir o plano antes deste período, a consequência deverá estar prevista no acordo ou no plano judicial, eis que não foi contemplada pela legislação. Caso não esteja prevista, porém, a consequência deverá ser o vencimento antecipado das dívidas.

#### 5.2.4.4.2 Da sanção por má-fé processual do devedor e do credor

A lei determina, no art. 60, o vencimento antecipado das dívidas contempladas no acordo ou no plano de reestruturação judicial para o devedor que após a apresentação do pedido:

I- prestar dolosamente falsas declarações ou produzir documentos inexatos com o objetivo de utilizar os benefícios do procedimento de tratamento da situação de superendividamento; II- dissimular ou desviar, ou tentar dissimular ou desviar, a totalidade ou uma parte de seus bens com idêntico objetivo; III- agravar sua situação de endividamento mediante a obtenção de novos empréstimos ou praticar atos de disposição de seu patrimônio durante o curso do procedimento de tratamento da situação de superendividamento ou durante a execução do plano.

Este dispositivo repete as previsões do art. L 333-2 do *Code de La Consommation*, que dispõe sobre a perda do benefício do procedimento do superendividamento em caso de má-fé processual. As previsões do art. 60, na mesma forma que o art. 30 do anteprojeto<sup>450</sup>, penalizam a má-fé processual a partir do comportamento do devedor quando da abertura do procedimento e no curso deste. Tais previsões não se confundem com a má-fé que gera o impedimento de abertura do procedimento de superendividamento, que é apreciada no momento em que a situação de insolvência surge e se desenvolve<sup>451</sup>.

O art. 61, por outro lado, reputa litigante de má-fé o credor que incidir em quaisquer das previsões contidas no artigo 17 do Código de Processo Civil, sendo-lhe aplicáveis as sanções previstas no artigo 18 do CPC.

## 5.2.5 Observações sobre as fases conciliatória e judicial e sugestões para conferir maior segurança e eficácia ao tratamento do superendividamento

### 5.2.5.1 A presunção da boa-fé do devedor

O anteprojeto dedica três dispositivos<sup>452</sup> para a boa-fé e combate ao abuso no procedimento e determina que, durante o preenchimento do formulário, o consumidor relate os fatores determinantes para a situação de insolvência, bem como se contraiu empréstimos quando já estava inserido em cadastros restritivos de crédito, a fim de averiguar a boa-fé quando da conclusão dos contratos<sup>453</sup>.

Não se vislumbra, todavia, a exigência de um juízo de admissibilidade da demanda com base na boa-fé do devedor em qualquer momento processual, seja no

---

<sup>450</sup> Este dispositivo trata do dever de cooperação e penaliza o devedor com a perda do direito de se beneficiar do plano de reestruturação do passivo, quando presta falsas declarações no início do procedimento. Ver item 5.2.4.1.

<sup>451</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002, p. 121.

<sup>452</sup> Artigos 25, 26 e 27 do anteprojeto de lei.

<sup>453</sup> Artigo 29 do anteprojeto de lei.

início do procedimento ou na fase judicial<sup>454</sup>. A conclusão que se pode chegar, neste contexto, é que existe uma presunção legal de boa-fé de todo consumidor que ingresse com o procedimento. Os credores, portanto, deverão comprovar que o devedor agiu contrariamente à boa-fé objetiva (a partir dos comportamentos quando da conclusão dos contratos) ou que agiu com má-fé (com reserva mental, contraindo dívidas dolosamente). Não havendo oposição neste sentido, a boa-fé do devedor será presumida. Nada obstante, inexistem meios para os credores alegarem a má-fé do devedor na fase conciliatória, restando-lhes somente a alternativa de recusar a conciliação, com fulcro na existência de má-fé, e a posterior apresentação de contestação na fase judicial sob este fundamento.

Corre-se o risco, porém, da utilização do procedimento por devedores oportunistas, especialmente mediante a elaboração de acordos na primeira fase, ainda que seja notório o endividamento ativo consciente. Na França, existe a presunção legal de boa-fé, mas as comissões exercem um juízo de admissibilidade da demanda a partir das informações prestadas pelo devedor, a fim de impedir esse uso indiscriminado do procedimento e a desvirtuação do objetivo legal. Quando a demanda é admitida, os credores podem recorrer objetando a boa-fé do devedor também na primeira fase.

Sugere-se, pois, a inserção de um dispositivo que permita aos credores objetarem a boa-fé do devedor na fase conciliatória ou a obrigatoriedade de um juízo de admissibilidade com relação a este requisito nas duas fases processuais, como forma de assegurar que o procedimento não será utilizado por devedores oportunistas.

#### 5.2.5.2 A necessidade de instituição de bancos de dados que relatem o pedido de tratamento legal

Conforme visto, a França instituiu fichários negativos de informação sobre o crédito, de acesso exclusivo das instituições financeiras, como forma de auxiliá-las

---

<sup>454</sup> Na fase judicial, o anteprojeto prevê, no art. 51, o juízo de admissibilidade da demanda “mediante a análise da totalidade da renda e do patrimônio disponível do consumidor, do passivo já acordado na fase conciliatória e do passivo pendente”, mas não faz menção à boa-fé.

no cumprimento do princípio do empréstimo responsável. Constatam destes fichários os incidentes negativos de pagamento caracterizados pela lei, as decisões de admissibilidade das comissões de superendividamento e a relação de devedores que se beneficiaram de um plano convencional ou medidas recomendadas pelas comissões. Os EUA, por sua vez, instituíram o fichário positivo, denominado *credit report*, que contém informações pessoais do devedor, além de toda a sua história de crédito.

O anteprojeto não institui fichários negativos ou positivos e determina, ainda, que o acordo ou a admissibilidade do procedimento judicial de tratamento do superendividamento estabeleçam a retirada do nome do consumidor dos cadastros restritivos de crédito. Não obstante a polêmica sobre a instituição de cadastros positivos no Brasil, deve-se ressaltar que a inexistência de uma base de dados que permita às instituições financeiras consultarem, por exemplo, eventual pedido de tratamento legal de superendividamento pelo consumidor ou o cumprimento de um plano de recuperação judicial, vai de encontro ao princípio do empréstimo responsável. Desta forma, as instituições financeiras não poderão contar com uma base de dados nacional, na qual poderão averiguar eventual pedido de tratamento legal pelo consumidor antes de conceder um crédito. A falta desta previsão possibilitará a ocorrência de situações como a contratação de empréstimos por consumidores que se encontram em procedimento de reestruturação do passivo.

Ora, o anteprojeto obriga às instituições financeiras o respeito ao princípio do empréstimo responsável, e não pode, por outro lado, lhes retirar os meios de cumprimento destas disposições legais. É, destarte, essencial a criação de uma base de dados que contenha as informações mínimas que lhes permitam conceder crédito de forma segura e responsável.

#### 5.2.5.3 A necessidade de se criarem instituições especializadas que permitam a conciliação extra-judicial dos casos de superendividamento

Conforme visto, o anteprojeto de lei estabelece que o procedimento de tratamento do superendividamento será proposto perante o Poder Judiciário estadual, sendo constituído de fases conciliatória e judicial. Por outro lado, a

experiência francesa demonstrou que a proposição do procedimento exclusivamente perante o Judiciário gerou, como consequência, o “afogamento” dos juízes da execução e a morosidade dos processos.

Esta realidade foi solucionada através da criação das Comissões de Superendividamento, que passaram a cuidar da fase conciliatória do procedimento<sup>455</sup>. No Brasil, tendo em vista o intenso congestionamento de processos no Poder Judiciário<sup>456</sup>, não é de se esperar que o procedimento de tratamento de superendividamento será menos moroso, o que pode levar não apenas ao aumento de seus custos, mas ao agravamento da insolvência do devedor.

Desta forma, a conciliação extra-judicial apresenta-se como uma solução eficaz para garantir a celeridade e adequação do tratamento dos casos de superendividamento. Atualmente, existem instituições que atuam na solução de litígios envolvendo consumidores e fornecedores, propondo acordos que formam títulos executivos extra-judiciais, como é o caso do PROCON's estaduais.

No caso do superendividamento, todavia, é necessária a criação de instituições especializadas para a fase conciliatória do procedimento, que sejam aptas a elaborar planos de reestruturação de dívidas eficazes (como é o caso das comissões francesa, que são responsáveis pela fase conciliatória do tratamento do superendividamento). Além de “desafogar” o Poder Judiciário, estas instituições locais, que podem ser públicas ou privadas, contribuem para a diminuição dos custos estatais do procedimento e viabilizam a elaboração de planos de por profissionais especializados nesta espécie de tratamento.

Cabe ressaltar que o anteprojeto não exclui a criação de instituições como estas. O art. 62, § 1º e 2º estabelece o seguinte:

§1º - Nas infrações ao Código de Defesa do Consumidor e a esta lei, os julgadores poderão canalizar os recursos para o Fundo de Negociação do

---

<sup>455</sup> Esta espécie de conciliação extra-judicial também foi adotada por Noruega, Bélgica, Suíça, Finlândia, Alemanha e Áustria. MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 2000, p. 224-225.

<sup>456</sup> As estatísticas do Conselho Nacional de Justiça revelam que o acervo de processos da justiça comum cresce cerca de 80% ao ano, “revelando a incapacidade do Judiciário lidar, com eficiência, dos litígios que lhe são apresentados”. FERRAZ, Leslie. A demora do Judiciário e o custo Brasil. *Revista eletrônica sobre a reforma do Estado*, Salvador, n. 18, jun-ago, 2009. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com/revista/RERE-18-JUNHO-2009-LESLIE-FERRAZ.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2010.

Endividamento ou diretamente a projeto local, enquanto este não for criado.

§2º - Os órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor poderão canalizar os recursos advindos dos Termos de Ajustamento de Conduta e das multas, na forma da lei, ao referido Fundo ou diretamente a projeto local, enquanto este não for criado.

Ou seja, estes projetos locais, aos quais são destinadas as multas aplicadas aos fornecedores pelas infrações ao CDC, são organizações inseridas no combate ao superendividamento e educação para o crédito, podendo ser, concomitantemente, especializadas na elaboração de planos de reestruturação para consumidores endividados (vide itens 4.2.1 e 4.2.2 que relatam o papel destas organizações e programas de educação para o crédito em outros países).

Além de se responsabilizarem pela fase conciliatória, estas organizações podem oferecer serviço de aconselhamento em matéria de crédito e endividamento e promover cursos de gestão orçamentária. O acordo, como no caso dos PROCON's, torna-se um título executivo extrajudicial, podendo ser levado ao judiciário em caso de descumprimento ou novo pedido de reestruturação nas hipóteses já estudadas.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou demonstrar, através do estudo da sociedade de consumo e da legislação de direito comparado sobre crédito e superendividamento que, no Brasil, a regulamentação de meios preventivos e curativos deverá ser precedida de uma mudança de paradigma em relação à visão social do consumidor superendividado e sobre os objetivos de criação de um tratamento legal.

No que tange à visão social do consumidor endividado, percebe-se que ainda hoje, ele é encarado como um indivíduo descontrolado, mau pagador e desonesto. Todavia, o estudo do perfil do consumidor endividado mostrou, ao inverso, que, em sua maioria, estes consumidores não abusaram do crédito. Assim como verificado na França, o superendividamento reflete, em muitos casos, a exclusão social do indivíduo, que muitas vezes recorre ao crédito como única saída para o sustento da família. As pesquisas mostraram que mais de 70% dos superendividados brasileiros foram vítimas de percalços da vida que não os permitiam honrar com os compromissos assumidos ou que os obrigaram a recorrer ao crédito para o sustento familiar, como é o caso de muitas mulheres divorciadas. Por outro lado, é também notório que os consumidores desconhecem as taxas de juros do crédito e, a desinformação associada à agressão publicitária, os impulsiona a contratar o crédito, que recebe as conotações da “facilidade” e “gratuidade”. Assim, principalmente os consumidores mais visados pelo apelo publicitário, como os idosos, ficam suscetíveis a contratações arriscadas e ao endividamento excessivo. É preciso, pois, encarar o fenômeno do ponto de vista social, não de forma a vitimizar o consumidor, mas reconhecendo o superendividamento como uma consequência da concessão desmedida do crédito na sociedade de consumo e como reflexo da exclusão social. Os modelos de tratamento propostos enfatizaram que o mundo jurídico deve reconhecer que não é justo que a sociedade estimule o crédito e se abstenha de conferir qualquer tratamento para o consumidor, como ocorre hoje no Brasil. A partir desta mentalidade, as medidas propostas, procuram promover a reeducação do consumidor que contraiu crédito de forma arriscada, ainda que não intencionalmente, e buscar soluções viáveis tanto para o consumidor quanto para o fornecedor, que atualmente não encontra meios eficazes para o recebimento ao menos parcial do crédito contraído por um consumidor insolvente.

No que tange à mudança de paradigma em relação aos objetivos da criação de um tratamento legal, tem-se que a inexistência de regulamentação de um fenômeno social tão preocupante na atual conjuntura econômica reflete a mentalidade da autoridade governamental e das grandes corporações em encobrir esta realidade pelo temor dos prejuízos que o tratamento do superendividamento poderia gerar para sua lucratividade, bem como pelo suposto aumento das taxas de juros que dele poderia advir. Neste tocante, José Reinaldo Lima Lopes já observava que “as afirmações de que o crédito no Brasil é caro porque o Judiciário tende a proteger os devedores carecem totalmente de estudos que as fundamentem, sejam eles estudos jurídicos ou econômicos”. Com efeito, o tratamento para este fenômeno deve ser encarado menos pela ótica do protecionismo ao consumidor e mais pela ótica dos custos sociais do endividamento. Não se pode olvidar que o decréscimo das taxas de juros do crédito ao consumo fica obstado pelo alto índice de inadimplência, que tem por efeito, aumentar o risco do crédito. O alastramento do superendividamento, por sua vez, é tão preocupante, que os jornais de âmbito nacional dedicam páginas para advertir os leitores para os altos riscos da insolvência no país e as graves consequências econômicas que podem advir desta situação. (Os dados publicados recentemente pelo Banco Central apontam um alto risco de superendividamento no país, que tem sido alvo de grandes discussões. O crédito pessoal para consumo passou de 5,1% do PIB, no ano de 2002, para 15,2 % do PIB em agosto de 2010, já atingindo nível próximo dos EUA, que equivaleu a 16,6% do PIB em agosto deste ano. Ainda segundo estes dados, o volume de dívidas dos brasileiros atualmente corresponde a 39,1% da renda, sendo que uma parcela de 23,8% fica mensalmente comprometida com o pagamento de débitos já existentes).

As empresas, por outro lado, cientes deste risco, passaram a criar mutirões de renegociação do crédito pelo temor das implicações da inadimplência dos consumidores. (Os dados acima expostos geraram enorme preocupação nas instituições de crédito e nos grandes fornecedores, que, temerosos quanto à possibilidade de um elevado percentual de inadimplência, fizeram, juntamente com a SERASA, um mutirão de renegociação de dívidas com os consumidores, buscando, a todo custo evitar o não recebimento dos créditos). Ou seja, a falta de uma prevenção e de uma regulamentação eficaz atinge todo o país e não apenas o consumidor em estado de insolvência. Uma sociedade que se abre ao crédito nos

moldes da atual conjuntura brasileira (que conforme visto, atinge níveis de crédito ao consumo próximo dos EUA), não pode deixar de se ocupar com as implicações sociais e, principalmente, para o consumidor que se encontra imerso neste universo do crédito.

Esta preocupação, por sua vez, deve se concretizar em meios efetivos para a prevenção e o tratamento destas situações que tendem a se alastrar cada vez mais, efetivando-se, em última instância, o Estado Democrático de Direito, que tem a dignidade da pessoa humana como requisito essencial e inafastável da ordem jurídico-constitucional.

Assim, é preciso ir além da mera advertência quanto à inexistência de formas profiláticas eficazes e da inutilidade dos meios judiciais atualmente disponíveis para tratamento da insolvência. É necessário, por outro lado, propor meios eficazes para a prevenção e tratamento do superendividamento e que permitam equilibrar os interesses dos devedores, dos credores e da sociedade.

Na ótica do devedor é preciso evitar o estado de mendicância e permitir a reestruturação de modo a preservar a sua dignidade, o que é também sinônimo de recuperação da auto-estima e da reinserção social. No mesmo sentido, é necessário propor meios que permitam a sua reabilitação financeira de modo a resguardar o mínimo existencial, que, além de resguardar a sua dignidade, é essencial para a eficácia do plano de reestruturação. É preciso, por fim, garantir a proteção das suas expectativas nos contratos de crédito, através da informação, da regulamentação da publicidade e de tantas outras medidas esboçadas ao longo do texto.

Na ótica do credor é necessário enfatizar a reeducação do devedor na reestruturação do passivo em detrimento de proporcionar um alargado perdão de dívidas, que se mostrou extremamente prejudicial aos credores sem garantias no modelo da *fresh start* e um verdadeiro estímulo ao endividamento futuro. A este respeito, observa-se que, apesar de ser permitida a remissão de dívidas no anteprojeto de lei, defende-se sua utilização de forma excepcional e que seja preferencialmente concedida pelo credor. O tratamento eficaz do superendividamento deve enfatizar a reeducação do consumidor e ao mesmo tempo ser um meio profilático, para que ele não volte a perder as rédeas do seu orçamento após o término do plano reestrutural.

E na ótica da sociedade deve-se ressaltar a importância dos meios propostos para a prevenção do superendividamento que contam com a participação das

organizações de aconselhamento e educação para o crédito. Além de constituírem meios de informação para o consumidor, devem representar o auxílio necessário para o bom funcionamento do tratamento judicial e para a redução dos custos sociais do tratamento legal. A possibilidade de se promover a conciliação e, com isso, a elaboração de planos de reestruturação do passivo, por organizações especializadas, é essencial para garantir soluções não apenas céleres, mas acima de tudo eficazes. A especialização e a interdisciplinaridade são imprescindíveis para o sucesso do tratamento. Por tais motivos, as comissões francesas são constituídas por profissionais de diversas áreas, relacionadas ao consumo, Direito e Economia, e os juízes norte-americanos são especializados na *bankruptcy*, a fim de se promover o tratamento mais adequado e assim evitar o incumprimento dos planos.

É preciso, pois, ousar propor coisas novas. O presente estudo buscou, sobretudo, esta ousadia, de, além de reconhecer a gravidade deste problema social e buscar suas causas, propor possíveis soluções vislumbradas ao longo da pesquisa. Espera-se que, a partir deste trabalho acadêmico possa ser realizado um propósito ainda maior, que é dar início, a um trabalho interdisciplinar que busque traçar o perfil do superendividado também no Estado de Minas Gerais e a criação de projetos-pilotos, assim como existem em outros estados, enquanto se aguarda ansiosamente a regulamentação legal do tema.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010.

AGUIAR JR., Ruy Rosado de. A boa-fé nas relações de consumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 14, abr.-jun. 1995.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS E TÉCNICAS. *NBR 10520: informação e documentação: citações em documentos: apresentação*. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS E TÉCNICAS. *NBR 6023: informação e documentação: referências: elaboração*. Rio de Janeiro, 2002.

BAK, Thomas; GOLMANT, John Golmant; WOODS, James. A Comparison of the effects of the 1978 and 2005 bankruptcy reform legislation on bankruptcy filing rates. *25 Emory Bankr. Dev. J.* 2008-2009. Disponível em: <<http://heinonline.org>>. Acesso em: 08 set. 2009.

Banco Central do Brasil. Publicação: Sistema de pagamentos brasileiros. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/novaPaginaSPB/spb-textocompleto-pdf.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2010.

BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BATELLO, Silvio Javier. A (in) justiça dos endividados brasileiros: uma análise evolutiva. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, ZYGMUNT. *Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós modernidade*. Tradução de Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

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

BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz; LIMA, Clarissa Costa de. Conciliação aplicada ao superendividamento: estudo de casos. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009.

BRAGA, Ascensão, *A gestão da informação*. Disponível em: <[www.ipv.pt/millenum/19\\_arq1.htm](http://www.ipv.pt/millenum/19_arq1.htm)>. Acesso em: 02 set. 2010.

BRASIL. Know.net. Disponível em: <<http://www.knoow.net/cienceconempr/economia/consumo.htm>>. Acesso em: 05 ago. 2010.

BRASIL. Previdência Social. Disponível em: <<http://www.previdencia.gov.br/conteudoDinamico.php?id=342>>. Acesso em: 02 out. 2010.

BRASIL. Previdência Social: Disponível em: <<http://dinheiro.br.msn.com/tributos/artigo.aspx?cp-documentid=25790148>>. Acesso em: 02 out. 2010.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *REsp 476775/ MG*. Relator: Ministro Ruy Rosado de Aguiar, Órgão Julgador: Quarta Turma, Data do Julgamento: 20 mai. 2003, Data da Publicação/Fonte: DJ 04 ago. 2003.

Cadernos DPDC – Proteção ao Consumidor – Tema IV: Abertura de Crédito: cheque especial. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/dpdc/data/Pages/MJ7E3E5AAEITEMIDFA9BD9F7996C4CFC805E47479C44C8DCPTBRNN.htm>>. Acesso em: 02 out. 2010.

CAMPOS, Miriam de Abreu Machado e. *Família no direito comparado: divisão das expectativas de aposentadoria entre os cônjuges*. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

CAMPOS, Miriam de Abreu Machado e. O princípio da boa-fé objetiva. Apostila. Faculdade de Direito Milton Campos.

CANARIS, Claus-Wilhelm. *Pensamento sistemático e conceito de sistema na ciência do Direito*. Tradução de A. Menezes Cordeiro. 2. ed. Fundação Calouste Gulbenkian.

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

CASADO, Márcio Mello. *Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro*. 2. ed. São Paulo: RT, 2006.

CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *O perfil do superendividado: referências no Brasil*. *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006.

COELHO, Luiz Eduardo de Toledo. Os direitos fundamentais e o princípio da dignidade da pessoa humana aplicado às relações privadas. *Revista de Direito Constitucional e Internacional*, São Paulo: RT, n. 67, abr.-jun. 2009.

COMPARATO, Fábio Konder. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

CORDEIRO, Antônio Manuel da Rocha e Menezes. *Da boa-fé no direito civil*. Coimbra: Almedina, 2007.

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

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

DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na sociedade da informação*. 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos – seguido de envelhecer e morrer* (tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

FERRAZ, Leslie. A demora do Judiciário e o custo Brasil. *Revista eletrônica sobre a reforma do Estado*, Salvador, n. 18, jun-ago, 2009. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com/revista/RERE-18-JUNHO-2009-LESLIE-FERRAZ.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2010.

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

FRANKL, Viktor Emil. *A psicoterapia na prática*. Campinas: Papyrus, 1991.

FRANKL, Viktor Emil. *Em busca de sentido*. Petrópolis: Vozes, 1985.

FRANKL, Viktor Emil. *Psicoterapia e sentido da vida*. São Paulo: Quadrante, 2003.

FRANKL, Viktor. *Psicoterapia para todos*. Tradução de Antônio Estevão Allgayer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1990.

FREUD, Sigmund. *O mal estar na civilização*. Disponível em: <[http://www.opopssa.info/Livros/freud\\_o\\_mal\\_estar\\_na\\_civilizacao.pdf](http://www.opopssa.info/Livros/freud_o_mal_estar_na_civilizacao.pdf)>. Acesso em: 01 set. 2010.

FRITZ, Karina Nunes. A boa-fé objetiva e sua incidência na fase negocial. *Revista de Direito Privado*, v. 29. São Paulo: RT, 2007.

GAULIA, Cristina Tereza. O abuso do direito na concessão de crédito: o risco do empreendimento financeiro na era do hiperconsumo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul-set, 2009.

GONTIJO, Patricia Maria Oliva. Crédito e superendividamento: uma análise em busca da concretização do princípio da dignidade da pessoa humana. Artigo apresentado no XIX Encontro Nacional do CONPEDI em Fortaleza, pendente de publicação nos Anais do evento.

Jornal Folha de São Paulo, edição de domingo, 24.10.2010.

LIMA, Clarissa Costa de. O dever de informação nos contratos de crédito ao consumo em direito comparado francês e brasileiro: a sanção para a falta de informação dos juros remuneratórios. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 69, jan-mar, 2009.

LIMA, Clarissa Costa. O MERCOSUL e o desafio do superendividamento. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 73, jan.-mar. 2010.

LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006.

LINDSTROM, Martin. *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos*. (Tradução: Marcello Lino). Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo* Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento – uma problemática geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 17, jan.-mar. 1996.

MARQUES, Cláudia Lima, BENJAMIN, Antônio Herman V., MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 2. ed. São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. Boa-fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 43, jul.-set. 2002.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. São Paulo: RT, 2002.

MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul.

*Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito.* São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord). *O endividamento dos consumidores.* Coimbra: Almedina, 2000.

NIETZSCHE, Friedrich. *Humano, demasiado humano.* São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

NORONHA, Fernando *Direito das obrigações.* São Paulo: Saraiva, 2003, v. 1.

OBJET DU TEXT. Disponível em: <<http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjl08-364.html>>. Acesso em: 09 set. 2010.

OLIVEIRA, Adriana Fileto Couto e Silva de; BAHIA, Marcos Tofani Baer. As práticas abusivas dos financiamentos ditos sem juros e o valor do dinheiro no tempo: um diálogo entre as ciências do direito e da matemática financeira. *Revista de Direito do Consumidor* n.º 67. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, julho-setembro 2008.

PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 29.07.1998 relativa à luta contra as exclusões sociais. Traduzido por Karen Rick Danilevich Bertocello. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito.* São Paulo: RT, 2006.

PAISANT, Gilles. A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela lei de 1º. 08. 2003 sobre a cidade e a renovação urbana. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito.* São Paulo: RT, 2006.

PAISANT, Gilles. El tratamiento del sobreendeudamiento de los consumidores em derecho francés. In: *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 42, abril-junho, 2002.

PARGENDLER, Mariana Souza, MARTINS-COSTA, Judith. *A ressignificação do princípio da autonomia privada: o abandono do voluntarismo e a ascensão do valor de autodeterminação da pessoa.* Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/propesq/livro2/artigo\\_mariana.htm](http://www.ufrgs.br/propesq/livro2/artigo_mariana.htm)>. Acesso em: 20 fev. 2010.

PEREIRA, Ivo Studart. *A vontade de sentido na obra de Viktor Frankl*. Disponível em: <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci\\_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20 set. 2010.

PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006.

POPP, Carlyle. *A formação do negócio jurídico e os deveres laterais no novo código civil*. Jurisprudência brasileira 200: Princípio da boa-fé contratual. Curitiba: Juruá, 2004.

RAMSAY, Iain. A sociedade do crédito ao consumidor e a falência pessoal do consumidor (Bankruptcy): reflexões sobre os cartões de crédito e a Bankruptcy na economia da informação. *Revista de Direito do Consumidor* n.º 63. São Paulo: RT, julho-setembro 2007.

ROHRMANN, Carlos Alberto; CAMPOS, Miriam de Abreu Machado e. Biometrical Data, Electronic Voting Machines and the Right to Vote. In: KIERKEGAARD, Sylvia (Ed). *Business and Law: Theory and Practice*, IAITL: Long Island New York, 2008.

ROMERO, Emílio. *O encontro de si na trama do mundo: personalidade, subjetividade e singularidade*. Fatores que condicionam e desenvolvem o caráter e a conduta. São José dos Campos: Della Bídia Editora, 2004.

SADI, Jairo. O Crédito Consignado em Folha de Pagamento. *Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n.º. 25, p.11-15, julho/setembro. 2004.

SAMPAIO, Laerte Marrone de Castro. *A boa-fé objetiva na relação contratual*. Manole: Barueri, 2004.

SARLET, Ingo Wolfgang. Direitos fundamentais sociais, mínimo existencial e direito privado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 61, jan.mar. 2007.

SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 71, jul.-set. 2009.

SCHMITT, Cristiano Heineck. A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 70, abr-jun, 2009.

SODRÉ, Marcelo Gomes. *Formação do sistema nacional de defesa do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

STIGLITZ, Rubén S. La obligación precontractual de información. El deber de consejo. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: RT, n. 22, abril-junho, 1997.

UNITED STATES COURTS. Disponível em:  
<<http://www.uscourts.gov/FederalCourts/Bankruptcy/BankruptcyBasics/Chapter7.aspx>>. Acesso em: 18 out. 2010.

### **Sites visitados**

Disponível em: <<http://dinheiro.br.msn.com/tributos/artigo.aspx?cp-documentid=25790148>>. Acesso em: 02 out. 2010

Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:133:0066:0092:PT:PDF>>. Acesso em: 29 set. 2010

Disponível em: <[http://groups.google.com/group/expresso\\_literario](http://groups.google.com/group/expresso_literario)>. Acesso em: 15 set. 2010

Disponível em: <<http://heinonline.org>>. Acesso em: 08 set. 2010

Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/dpdc/data/Pages/MJ7E3E5AAEITEMIDFA9BD9F7996C4CFC805E47479C44C8DCPTBRNN.htm>>. Acesso em: 02 out. 2010

Disponível em: <<http://www.bankruptcylaw.org>>. Acesso em: 20 out. 2010

Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/novaPaginaSPB/spb-textocompleto-pdf.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2010

Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com/revista/RERE-18-JUNHO-2009-LESLIE-FERRAZ.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2010

Disponível em: <<http://www.knoow.net/cienceconempr/economia/consumo.htm>>. Acesso em: 05 ago. 2010

Disponível em: <<http://www.previdencia.gov.br/conteudoDinamico.php?id=342>>. Acesso em: 02 out. 2010

Disponível em: <[http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci\\_arttext](http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1678-51772007000100007&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20 set. 2010

Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/propesq/livro2/artigo\\_mariana.htm](http://www.ufrgs.br/propesq/livro2/artigo_mariana.htm) . Acesso em: 20 fev. 2010

Disponível em: <<http://www.uscourts.gov/FederalCourts/Bankruptcy/BankruptcyBasics/Chapter7.aspx>>. Acesso em: 18 out. 2010

Disponível em: <[http://www.ipv.pt/millennium/19\\_arq1.htm](http://www.ipv.pt/millennium/19_arq1.htm)>. Acesso em: 02 set. 2010

Disponível em: <<http://www.mj.gov.br>>. Acesso em: 29 set. 2010

Disponível em: <<http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjl08-364.html>>. Acesso em: 09 set. 2010

Disponível em: <<http://www.wikipedia.com>>. Acesso em: 27 set. 2010

### **Jurisprudências**

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. AgRg 911138/RS, 3ª T., j. 19 jun. 2008. Relator: Ministro Sidnei Beneti, Dje 01.07.2008 e AgRg no Resp 1050605/RS, 3ª T. 26 jun. 2008. Relatora: Ministra Nancy Andrighi, Dje 05 ago. 2008.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. AgRg no AgIn 715289/RS, 3ª Turma. Julgamento em 10 out. 2006. Relator: Ministro Ari Pargendler, DJ. 27 nov. 2006.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. AgRg no Resp 723778/RS, 4ª T. 03 nov. 2005. Relator: Ministro Jorge Scartezini, DJ 21 nov. 2005, p. 256.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 476775/ MG, Relator: Ministro Ruy Rosado de Aguiar, Órgão Julgador: Quarta Turma, Data do Julgamento: 20/05/2003, Data da Publicação/Fonte: DJ 04 ago. 2003.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça do Estado. Ap. Civ. 2006.001.15329. 11ª Câ. Cív. Relator: Desembargador Paulo Sérgio Prestes. 10 mai. 2006.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Estado. Recurso Inominado 71002455418 – 1ª Turma Recursal Cível de Porto Alegre. Relator: Dr. Fábio Vieira Heerdt, j. 12 ago. 2010.

## ANEXO 1

### ANTEPROJETO DE LEI DISPONDO SOBRE A PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO

#### Nota Explicativa:

Ao iniciar as comemorações dos 20 anos de promulgação do Código de Defesa do Consumidor, neste ano de 2010, o Brasilcon, cumprindo com suas finalidades de sociedade e instituto científico de Política e Direito do Consumidor, tem a honra de dar a conhecer ao público em geral o Anteprojeto de Lei, gentilmente elaborado pela Professora Doutora Claudia Lima Marques da UFRGS (advogada e ex-Presidente do Brasilcon) e as magistradas do Rio Grande do Sul e Mestres em Direito pela UFRGS, Clarissa Costa de Lima e Káren Bertoncello (Diretoras do Brasilcon), sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé.

O tema do superendividamento do consumidor pessoa física foi identificado no Congresso de 15 anos do CDC, realizado em Gramado (RS), como um dos temas onde modificações e/ou complementações ao CDC seriam necessárias. Realizado em 7 de setembro de 2005, um abrangente workshop sobre o tema, os colegas presentes no Congresso Brasilcon dos 15 anos do CDC em Gramado concluíram pela necessidade de uma lei especial e complementar ao Código de Defesa do Consumidor para tratar especificamente do superendividamento.<sup>[1]</sup>

Este Anteprojeto de Lei, fruto de pesquisas acadêmicas<sup>[2]</sup> e experiências práticas das autoras,<sup>[3]</sup> é, pois, uma primeira contribuição para que o tema desenvolva-se e alcance concretização no país; tema que foi escolhido pela *Consumers International* como um dos mais importantes da defesa do consumidor na América Latina.

Ao comemorar os 20 anos do CDC, e propondo que as quatro revistas de Direito do Consumidor deste ano ajudem a refletir, a discutir e a evoluir ainda mais a dogmática e a prática do Direito do Consumidor, iniciamos publicando e submetendo à crítica (e ao apoio) de todos nossos leitores este Anteprojeto de Lei, e assim não só complementar as normas do CDC, em especial seu Art. 52, mas inovar na proteção da dignidade dos consumidores pessoas físicas no país.

No Congresso dos 20 anos do Código de Defesa do Consumidor, em Florianópolis, o Brasilcon organizou um painel específico para discutir e analisar este Anteprojeto. Esperamos seus comentários. O Brasilcon alegra-se de poder submeter aos colegas, através da Revista de Direito do Consumidor, este Anteprojeto de Lei, apartidário e acadêmico, sobre tema considerado de grande relevância e atualidade, agradecendo sinceramente às autoras por seus esforços, dedicação e generosidade.

**ANTEPROJETO DE LEI dispondo sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé**

#### Autores

**Profa. Dra. Claudia Lima Marques, Professora Titular da UFRGS**

**Magistrada Clarissa Costa de Lima, Mestre e doutoranda pela UFRGS**

**Magistrada Karen Rick Danilevicz Bertoncello, Mestre pela UFRGS, ambas Coordenadoras do Centro de Pesquisa em Direito do Consumidor da Escola Superior da Magistratura (AJURIS) e do Projeto-piloto agraciado com a Menção Honrosa no V Prêmio Innovare - Categoria Juiz Individual (2008)**

## EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

CONSIDERANDO a necessidade de concretização do princípio constitucional da dignidade da pessoa humana como um dos fundamentos do Estado Democrático de Direito (artigo 1º, inciso III, da Constituição Federal);

CONSIDERANDO o objetivo da República em erradicar a marginalização (artigo 3º, inciso III, da Constituição Federal) e que o superendividamento é um fenômeno de exclusão social dos consumidores pessoas físicas e suas famílias, pois o benefício da falência é reservado aos comerciantes;

CONSIDERANDO a necessidade da preservação de quantia mínima capaz de assegurar a vida digna do indivíduo e seu núcleo familiar destinada à manutenção das despesas de sobrevivência, tais como água, luz, alimentação, saúde, educação, entre outros;

CONSIDERANDO que a luta contra a pobreza visa a incluir grande parte da população brasileira na sociedade de consumo e de crédito, sempre com respeito ao princípio da igualdade (Art. 5º, *caput* e inciso I, da Constituição Federal), assegurando uma proteção dos mais fracos e vulneráveis, em especial em casos de quebra ou ruína dos consumidores (Art. 5º, XXXII, da Constituição Federal);

CONSIDERANDO que o Estado deve promover a defesa do consumidor (artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal), e que esta é princípio da ordem econômica constitucional (artigo 170, V, da Constituição Federal), como limitador à livre iniciativa, inclusive nos contratos e nos serviços de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária frente a consumidores;

CONSIDERANDO que o mandato constitucional (artigo 48 dos Atos das Disposições Constitucionais Transitórias) foi consolidado no Código de Defesa do Consumidor (Lei n.8.078/90), e este pode ser complementado sempre que a evolução da sociedade e as modificações do mercado o requeiram (artigo 4º, inciso VIII, combinado com artigo 7º, ambos do Código de Defesa do Consumidor);

CONSIDERANDO a grande expansão do crédito ao consumidor pessoa física e a sua importância estratégica para a manutenção do desenvolvimento econômico-social do país, e que o consumo de produtos e serviços principais passou a ser acompanhado quase sempre de uma operação de crédito acessória, sem que o consumidor tenha pleno conhecimento ou clareza dos negócios acessórios e principais de crédito celebrados, caracterizados pela grande variedade e complexidade de instrumentos;

CONSIDERANDO que a oferta desses serviços ampliou-se enormemente, em razão da globalização, dos avanços tecnológicos, dos novos canais de distribuição eletrônica e da integração dos mercados, dos quais derivam novos produtos financeiros e métodos de marketing;

CONSIDERANDO que, se por um lado o crédito constitui uma ferramenta central para o desenvolvimento das modernas economias, por outro, ele pode acarretar consequências severas para o consumidor, o mercado e a sociedade como um todo;

CONSIDERANDO que o contrato de crédito envolve não apenas riscos financeiros ao consumidor, mas também eventuais riscos sobre sua qualidade de vida, dignidade, saúde e segurança, é necessário que a concessão de crédito seja feita de forma transparente e responsável;

CONSIDERANDO que os consumidores tem direito a receber informações adequadas sobre as condições e o custo do crédito, bem como sobre suas obrigações, antes da celebração do contrato de crédito, para que possam tomar as suas decisões com plena autonomia e liberdade de escolha (artigo 6º, inciso II, combinado com artigo 52, ambos do Código de Defesa do Consumidor), e que, também durante a execução do contrato e a cobrança de dívidas, o princípio da boa-fé impõe cooperação, cuidado e lealdade no tratamento com os consumidores; [\[4\]](#)

Preveem a seguinte lei, dispondo sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé:

## **CAPÍTULO I – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS DA LEI**

Artigo 1º - DO ÂMBITO DE APLICAÇÃO. A presente lei dispõe, a par das disposições existentes no Código de Defesa do Consumidor, sobre as situações de superendividamento dos consumidores pessoas físicas de boa-fé, oriundas de contratos de consumo realizados no Brasil. As normas da presente lei complementam e não excluem as disposições do Código de Defesa do Consumidor e das demais leis especiais, gerais e demais normas e Tratados que regulem os direitos do consumidor, aplicando-se sempre a norma mais favorável ao consumidor.

Artigo 2º - DO CARÁTER IMPERATIVO. A presente lei estabelece normas de ordem pública e de interesse social, devendo ser aplicada *ex officio* pelo julgador. O consumidor não pode renunciar aos direitos que lhe são conferidos por força das disposições da presente lei, sendo nula de forma absoluta qualquer cláusula ou convenção que os exclua ou restrinja.

Artigo 3º - DOS CONTRATOS EXCLUÍDOS. Exclui-se da aplicação da presente lei as situações de superendividamento oriundas de contratos:

- a) cuja finalidade seja a de financiar a aquisição ou a manutenção de direitos de propriedade sobre imóveis e os garantidos por hipoteca sobre coisa imóvel ou por outro direito sobre coisa imóvel;
- b) de arrendamento e locação de bens móveis de consumo duradouros que não prevejam o direito ou a obrigação de compra da coisa locada, seja no próprio contrato ou em contrato separado;
- c) de crédito que resulte de transação na Justiça ou perante outra autoridade pública;
- d) de financiamento, empréstimo e crédito, concedidos por um empregador aos seus empregados, no âmbito de uma atividade secundária e que não sejam propostos ou ofertados ao público em geral.

Artigo 4º - DA COMPETÊNCIA. Será competente a Justiça Estadual do domicílio do consumidor para a conciliação, o processo, o julgamento e a execução do procedimento previsto nesta lei.

Artigo 5º - DOS CONCEITOS FUNDAMENTAIS. A par dos conceitos existentes no Código de Defesa do Consumidor, entende-se para os efeitos da presente lei por:

- a) Superendividado: toda pessoa física consumidor, de boa-fé, que se encontra impossibilitada de pagar o conjunto de suas dívidas de consumo vencidas ou a vencer, sem prejuízo grave do sustento próprio ou de sua família.
- b) Superendividamento: fenômeno social, jurídico e econômico capaz de gerar a impossibilidade do consumidor, pessoa física, de boa-fé, em pagar o conjunto de suas dívidas de consumo vencidas ou a vencer, sem prejuízo grave do sustento próprio ou de sua família.
- c) Dívidas de consumo: todas as dívidas da pessoa física, no mercado de consumo, que não estejam relacionadas à sua atividade profissional e que não provenham de decisões judiciais, dívidas alimentícias, fiscais e parafiscais.
- d) Mínimo existencial: quantia capaz de assegurar a vida digna do indivíduo e seu núcleo familiar destinada à manutenção das despesas mensais de sobrevivência, tais como água, luz, alimentação, saúde, educação, transporte, entre outros.
- e) Boa-fé: refere-se às condições pessoais éticas e de conduta geral do consumidor, em especial quando da celebração do(s) contrato(s) que gerou (geraram) as dívidas.

Artigo 6º - DOS PRINCÍPIOS - Esta lei é orientada pelos princípios da dignidade, vulnerabilidade do consumidor, da boa-fé e lealdade, e dos bons costumes, do combate à excessiva onerosidade, da função social do crédito e dos contratos de consumo, da transparência, da oralidade, da simplicidade, da informalidade, da economia processual e da celeridade.

Artigo 7º - DO DIÁLOGO DAS FONTES. Os direitos previstos nesta lei não excluem outros decorrentes do Código de Defesa do Consumidor, de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade; devendo ser interpretada sempre da forma mais favorável ao consumidor superendividado.

Artigo 8º - DOS DIREITOS BÁSICOS - São direitos do consumidor superendividado, com fundamento no princípio da dignidade da pessoa humana e da boa-fé:

- I- Receber informações e aconselhamento em relação à adequação do crédito pretendido e crédito anexo ao contrato principal de consumo; assim como ter acesso prévio à cópia dos contratos, e, a qualquer momento, à cópia escrita dos contratos de consumo, em especial os envolvendo crédito;
- II - Receber uma oferta escrita, na qual deverá constar a identidade das partes, o montante do crédito, a natureza, o objeto, a modalidade do contrato, o número de prestações, a taxa de juros anual e o custo total do crédito. A oferta deverá permitir uma reflexão sobre a necessidade do crédito e a comparação com outras ofertas no mercado;

III - Arreper-se nos contratos de crédito ao consumo, na forma desta lei, em período determinado, possibilitando-lhe desistir do contrato firmado sem necessidade de justificar o motivo e sem qualquer ônus para prevenir o superendividamento;

IV - Ser protegido contra toda publicidade abusiva e enganosa, em especial aquela que oculte, de alguma forma, os riscos e os ônus da contratação do crédito, ou que façam alusão a “crédito gratuito”;

V - Ser protegido contra a concessão irresponsável de crédito, o marketing agressivo e o tratamento irresponsável dos dados do consumidor;

VI – Ter facilitada a renegociação global de suas dívidas, em especial das parcelas mensais a pagar e dos contratos de crédito, para ter preservado o seu mínimo existencial,

VII- Encaminhar pedido de reestruturação de seu passivo global, em caso de inexitosa fase conciliatória com um ou mais de seus credores;

VIII- Receber estas e outras ações e políticas de prevenção e tratamento da situação de superendividamento, de educação para o consumo de crédito consciente, educação financeira e de organização do orçamento familiar;

## **CAPÍTULO II – DA PREVENÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO**

Artigo 9º - DA PROMOÇÃO DO ENDIVIDAMENTO. Qualquer publicidade que tem por objetivo ou podendo ter como consequência a concessão de um crédito ao consumidor deve ser identificada expressamente como “publicidade”, contendo de maneira inequívoca, legível e aparente ou, se for caso, audível: a) a identidade, o endereço e a qualidade do fornecedor de crédito; b) a forma de crédito a que se refere; c) a taxa efetiva anual de juros; d) a duração do contrato, e) o custo efetivo total do crédito.

Artigo 10 – DA PUBLICIDADE ABUSIVA. É abusiva e proibida , dentre outras, a publicidade de crédito discriminatória que explore o estado de necessidade, se aproveite da inexperiência, dependência, estado mental, fraqueza ou ignorância do consumidor tendo em vista a sua idade, saúde, condição social, ou que seja capaz de induzir o consumidor a contrair créditos de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde e segurança.

Artigo 11 – DA PUBLICIDADE ENGANOSA. É enganosa e proibida a publicidade que induza o consumidor em erro, que inclua a menção a “crédito gratuito” e que ponha ênfase na rapidez com a qual o crédito pode ser obtido.

Artigo 12 - DO DEVER DE INFORMAÇÃO E DE CONSELHO. O fornecedor e qualquer intermediário de crédito devem:

a) dar ao consumidor, de maneira exata e completa as informações relativas ao tipo de crédito principal ou acessório, identificação e endereço do fornecedor do crédito, o montante total do crédito em moeda corrente nacional, o montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros, acréscimos legalmente previstos, número e periodicidade das prestações, duração do contrato de crédito, soma total a pagar com e sem financiamento e todas as demais informações exigidas pelo Código de Defesa do Consumidor;

b) explicar de forma clara as características do crédito principal e acessório, assim como as conseqüências da falta de pagamento para o consumidor ou as conseqüências do pagamento mínimo em se tratando de cartão de crédito, considerando a condição pessoal do consumidor para o qual o crédito é proposto, de modo que este possa compreender os efeitos decorrentes para sua situação econômica;

c) aconselhar e sugerir, no âmbito dos contratos crédito que oferece, o tipo e o valor de crédito mais adequado, tendo em vista o orçamento, a situação financeira e a capacidade de reembolso do consumidor no momento da conclusão contrato e da finalidade do crédito a ser concedido.

Artigo 13 – DA COOPERAÇÃO NA CONTRATAÇÃO E DO CRÉDITO RESPONSÁVEL. Antes da celebração do contrato de crédito, o fornecedor deve avaliar de forma responsável e leal a situação do consumidor que solicita um contrato de crédito e se terá condições de respeitar as obrigações decorrentes do contrato; podendo para tal fim, e sob os limites da legislação específica sobre o tratamento de dados pessoais, requerer as informações necessárias e completas a fim de apreciar a sua situação financeira e sua capacidade de reembolso e, em qualquer caso, os seus compromissos financeiros em andamento.

Parágrafo único - Se as partes decidirem alterar o montante total do crédito após a celebração do contrato, o fornecedor deverá atualizar a informação financeira de que dispõe relativamente ao consumidor e avaliar novamente de forma responsável a sua capacidade de reembolso.

Artigo 14 – DO DEVER DE CUIDADO NA CONTRATAÇÃO E COM OS DADOS PESSOAIS DO CONSUMIDOR – Na medida permitida pela legislação específica e pelo princípio da boa-fé, as informações e dados solicitados são de responsabilidade dos fornecedores e não podem se referir à raça, à origem étnica, à vida sexual, à saúde, às opiniões ou às atividades políticas, filosóficas ou religiosas, sindicais ou associativas do consumidor.

Artigo 15 – DA OFERTA PRÉVIA. Antes da celebração de um contrato de crédito, o fornecedor e, se for o caso, o intermediário de crédito, devem dar acesso ao consumidor às condições ofertadas pelo fornecedor, e colaborar facilitando e prestando ao consumidor, além das informações obrigatórias por

lei, as necessárias para a comparação das diferentes ofertas, viabilizando a tomada de uma decisão esclarecida e informada.

§1º - Esta oferta prévia deverá ser prestada, em papel ou outro suporte duradouro, especificando:

- I) a identidade das partes;
- II) o preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- III) número, periodicidade e valor das prestações;
- IV) o montante do crédito;
- V) a natureza do crédito;
- VI) o objeto e as modalidades do contrato;
- VII) acréscimos legalmente previstos;
- VIII) o custo efetivo total do crédito;
- IX) o montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
- X) soma total a pagar, com e sem financiamento;
- XI) conseqüências da falta de pagamento;
- XII) garantias exigidas;
- XIII) direito de retratação do consumidor;
- XIV) o direito do consumidor de reembolso antecipado e as respectivas condições;
- XV) o direito do consumidor de receber cópia do contrato.

Artigo 16 – DO INSTRUMENTO CONTRATUAL. Os contratos de crédito principais e acessórios devem ser firmados em papel ou outro suporte duradouro, em condições de inteira legibilidade, seguindo também as regras do Código de Defesa do Consumidor sobre os contratos de adesão.

§ 1º - A todos os contratantes, inclusive aos garantes, deve ser entregue no momento da respectiva assinatura um exemplar, devidamente assinado, do contrato de crédito, sob de pena de inexistência, retornando ao *status quo ante*, liberando o consumidor do pagamento dos encargos, inclusive juros remuneratórios.

§ 2º - O contrato de crédito deverá especificar, de forma clara e adequada, dentre outros termos e condições contratuais:

- I) a identidade das partes;
- II) o preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- III) número e periodicidade das prestações;
- IV) o montante do crédito;
- V) a natureza do crédito;
- VI) o objeto e as modalidades do contrato;
- VII) acréscimos legalmente previstos;

- VIII) o custo efetivo total do crédito;
- IX) o montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
- X) soma total a pagar, com e sem financiamento;
- XI) conseqüências da falta de pagamento;
- XII) garantias exigidas;
- XIII) direito de retratação do consumidor;
- XIV) o direito do consumidor de reembolso antecipado e as respectivas condições;
- XV) o direito do consumidor de receber cópia do contrato.

Artigo 17 – DA INVERSÃO *EX VI LEGE* DO ÔNUS DA PROVA. Compete ao fornecedor de crédito principal e acessório fazer prova do cumprimento dos deveres e de informação, de conselho, de cuidado e de cooperação, assim como da oferta prévia e da concessão responsável de crédito previstas nesta lei.

Parágrafo único – A não entrega de cópia do contrato para o consumidor no momento da contratação e a negativa de apresentação do contrato de crédito por parte do fornecedor presumem o descumprimento dos deveres previstos neste capítulo.

Artigo 18 – DA CONSIGNAÇÃO E O DIREITO DE RETRATAÇÃO. A consignação em folha de pagamento, se permitida para fins de contrato de crédito ao consumo, deverá preservar o mínimo existencial.

§ 1º – O consumidor tem o prazo de 7 (sete) dias para desistir da contratação de crédito, a contar da data da celebração do contrato ou da data da recepção, pelo consumidor, da cópia do contrato que realiza ou prevê a consignação em folha de pagamento e respectiva conta corrente, sem necessidade de indicar o motivo.

§2º – O fornecedor facilitará o exercício do direito de retratação, imprimindo parte do formulário destacável e de fácil preenchimento pelo consumidor com todos os dados, identificando o fornecedor e o contrato específico.

§3º - Para o exercício do direito de retratação, previsto no *caput* supra, o consumidor deve:

- I) entregar o formulário ou declaração de próprio punho ao fornecedor/mutuante mediante protocolo, carta registrada ou qualquer outro meio de prova. Considera-se que a comunicação foi enviada antes do termo do prazo desde que tenha sido registrada até o sétimo dia;

- II) restituir ao fornecedor/mutuante o capital e pagar os juros vencidos sobre este capital a contar da data de levantamento do crédito até a data do pagamento do capital, no prazo de 7 (sete) dias após ter notificado o fornecedor/mutuante da retratação.

Artigo 19 – DO DIREITO DE RETRATAÇÃO. Nos contratos de crédito cujo reembolso exceda a 6 (seis) prestações, o consumidor pode no prazo de 3 (três) dias para desistir da contratação de crédito, a contar da data da celebração do contrato ou da data da recepção, pelo consumidor da cópia do contrato, sem necessidade de indicar o motivo.

§ 1º - Nesses três dias o valor referente ao crédito não será entregue ao consumidor e o sendo será por conta e risco do fornecedor em vista a faculdade de suspensão do vínculo.

§ 2º - Em se tratando de situações de emergência e urgência, devidamente caracterizadas, o consumidor poderá abrir mão, por escrito, do referido prazo de reflexão e retratação, cabendo o ônus da prova ao fornecedor.

§3º – O fornecedor facilitará o exercício do direito de retratação, imprimindo parte do formulário destacável e de fácil preenchimento pelo consumidor com todos os dados, identificando o fornecedor e o contrato específico.

§4º - Para o exercício do direito de retratação, previsto no *caput* supra, o consumidor deve:

- I) notificar o fornecedor/mutuante por carta registrada. Considera-se que a comunicação foi enviada antes do termo do prazo desde que tenha sido registrada até o sétimo dia;
- II) restituir ao fornecedor/mutuante o capital e pagar os juros vencidos sobre este capital a contar da data de levantamento do crédito até a data do pagamento do capital, no prazo de 30 dias após ter enviado a notificação da retratação ao fornecedor/mutuante.

§5º Nenhuma outra indenização será devida pelo consumidor.

Artigo 20 – DO CONTRATO DE CRÉDITO CONEXO. A invalidade ou a ineficácia do contrato de crédito coligado, conexo ou acessório repercute, na mesma medida, no contrato principal de aquisição de produtos ou fornecimento de serviços e vice-versa, em especial quando o produto principal é dado em garantia do contrato ou é de propriedade fiduciária de um dos fornecedores.

Artigo 21 – DOS REMÉDIOS. No caso de incumprimento ou de inadimplemento parcial do contrato de compra e venda ou de fornecimento de serviços conexo com o contrato de crédito, o consumidor

que, após a notificação do vendedor, não tenha obtido deste a satisfação do seu direito ao exato cumprimento do contrato, pode exercer contra o fornecedor de crédito qualquer uma das seguintes opções:

- I) a exceção do não cumprimento do contrato;
- II) a redução do montante do crédito em montante igual ao da redução do preço,
- III) a resolução do contrato de crédito.

Parágrafo único - No caso de optar pelas pretensões II e III, o consumidor não está obrigado a pagar ao fornecedor do crédito o montante correspondente àquele que foi recebido pelo vendedor.

Artigo 22 – DA LIBERAÇÃO DO CONTRATO ACESSÓRIO. Se o fornecedor ou um terceiro prestarem um serviço acessório conexo com o contrato de crédito, o consumidor deixa de estar vinculado ao contrato acessório se exercer o direito de retratação conforme esta lei.

Artigo 23 – DA SANÇÃO POR DESCUMPRIMENTO. Os fornecedores respondem solidariamente pela concessão, direta ou indireta, de um crédito em desconformidade com qualquer dos artigos desta lei e ficarão sujeitos a uma ou mais das seguintes sanções:

- I – perda dos juros moratórios;
- II – perda da correção monetária;
- III – perda dos juros remuneratórios;
- IV – multa em favor do Fundo de Negociação do Endividamento;
- V - remissão das dívidas;
- VI – imposição de contrapropaganda e/ou avisos públicos de cessação da prática comercial.

Parágrafo único - A graduação e a eventual cumulação das sanções ficará a critério do julgador considerando as circunstâncias do caso, a conduta do fornecedor e de seus agentes, a gravidade e espécie do descumprimento e a extensão do dano.

### **CAPÍTULO III – DO TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO (Reestruturação do Passivo)**

#### **Seção I – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS EM MATÉRIA DE TRATAMENTO**

Artigo 24 – O Estado garantirá aos consumidores, pessoas físicas, um procedimento de tratamento do superendividamento pelo Poder Judiciário, visando à regularização do conjunto de suas dívidas e obrigações.

Artigo 25 – DO SUPERENDIVIDAMENTO - Entende-se por superendividamento, para efeitos do tratamento previsto nesta lei, a impossibilidade do devedor/consumidor, pessoa física, de boa-fé, em pagar o conjunto das suas dívidas de consumo vencidas ou a vencer.

§1º - São excluídas as dívidas que provenham de decisões judiciais, dívidas alimentícias, fiscais, parafiscais e as dívidas relacionadas exclusivamente à atividade profissional.

§2º - A impossibilidade determina-se pela insuficiência do patrimônio em função dos bens e rendimentos, tanto atuais como esperados, e das obrigações constituídas, ainda que estejam por vencer no momento da apresentação do pedido;

§3º – Fica assegurada a garantia legal da impenhorabilidade prevista no artigo 649 do Código de Processo Civil;

Artigo 26 – DO COMBATE AO ABUSO. O procedimento estabelecido nesta lei aproveitará, exclusivamente, aos devedores de boa-fé, ou seja, cujo endividamento seja resultante de atos praticados sem o intuito doloso de prejudicar ou fraudar o direito dos credores.

Artigo 27 – DA BOA-FÉ DO CONSUMIDOR. A boa-fé do devedor é presumida, sempre caracterizada quando a insuficiência patrimonial resultar de:

- a) doença, acidente ou outro evento fortuito ou imprevisto, inclusive falecimento de familiar;
- b) modificação grave ou imprevisível da situação laboral;
- c) alteração do núcleo familiar ou das suas condições de existência, que seja capaz de afetar o orçamento doméstico;
- d) exploração pelo credor da situação de necessidade, inexperiência, dependência, estado mental, fraqueza ou ignorância do consumidor tendo em vista a sua idade, saúde, condição social, entre outras circunstâncias pessoais relevantes.

## **Seção II - DO PROCEDIMENTO**

Artigo 28 – DAS MODALIDADES DE TRATAMENTO. As pessoas físicas tuteladas por essa lei poderão requerer a regularização do conjunto de suas dívidas e obrigações através de acordo consensual (fase conciliatória), com os credores ou de plano judicial de pagamento (fase judicial).

Artigo 29 – DA COMPETÊNCIA. O procedimento será proposto perante o Poder Judiciário Estadual, a partir do preenchimento de formulário-petição (Anexo I) [\[5\]](#) que poderá estar à disposição dos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, na qual o devedor declarará:

- a) dados pessoais sócio-econômicos;
- b) rendimento mensal e despesas correntes;

- c) composição do núcleo familiar;
- d) relação de todos os credores e respectivos endereços, com indicação dos montantes de seus créditos, datas de vencimento, garantias de que se beneficiem. Integrará, ainda, a descrição da atuação do credor relativa ao fornecimento das informações sobre os encargos contratuais e se o crédito foi fornecido quando o consumidor já estava inserido em cadastros de inadimplentes;
- e) relação do ativo e respectivo valor, com indicação dos bens próprios e comuns;
- f) identificação de todas as ações e execuções contra si pendentes;
- g) descrição dos fatos que determinaram o aparecimento da situação de impossibilidade de satisfazer pontualmente as obrigações assumidas.

§2º - Se o devedor tiver dificuldade em fornecer com exatidão os dados relativos aos créditos pelos quais é responsável, o juiz poderá requisitar as informações necessárias diretamente dos credores, banco de dados, serviço de previdência e seguridade social, administração pública ou outras instituições que estejam habilitadas a fazê-lo.

§3º - O devedor será advertido de que a análise da boa-fé processual levará em conta a veracidade das informações prestadas quando do preenchimento do formulário-petição.

Artigo 30 – DO DEVER DE COOPERAÇÃO. No decurso do procedimento, os interessados deverão colaborar no sentido da apuração correta da obrigação contraída pelo devedor, prestando informações completas e apresentando sem demora os meios de prova que lhe forem pedidos.

Parágrafo único - O descumprimento do dever de cooperação, pelo devedor, pode implicar a perda do direito de se beneficiar da reestruturação do passivo sem prejuízo das demais sanções legais. Em relação ao credor pode implicar o agravamento das medidas porventura aplicadas no plano judicial sem prejuízo das demais sanções legais, inclusive a pena de litigância de má-fé.

Artigo 31 – DAS DESPESAS. O acesso ao procedimento previsto essa lei independará, em primeiro grau de jurisdição, do pagamento de custas, taxas ou despesas.

Artigo 32 – DO PRIVILÉGIO DE FORO. É competente para processar e julgar o procedimento previsto nesta lei o foro do domicílio do consumidor.

Artigo 33 – DA ASSISTÊNCIA AO DEVEDOR. Nas causas de valor estimado em até 20 (vinte) salários mínimos, o devedor comparecerá pessoalmente, podendo ser assistido por advogado; nas de valor superior, a assistência é obrigatória.

Artigo 34 – DA ACOLHIDA E ACONSELHAMENTO INTERDISCIPLINAR. Na oportunidade da entrega do formulário/petição, o devedor poderá ser atendido por profissional das áreas da assistência social, da psicologia, dentre outras, assim como por integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor capacitado ao aconselhamento acerca da prevenção e do tratamento do superendividamento.

### **Seção III - FASE CONCILIATÓRIA**

Artigo 35 – DA OBRIGATORIEDADE. A fase de conciliação é obrigatória.

Artigo 36 – DO CONCILIADOR. A audiência de conciliação será conduzida por juiz de direito ou por conciliador selecionado preferentemente entre os bacharéis em direito, nomeado e orientado por juiz de direito.

Artigo 37 – DAS ATRIBUIÇÕES. Compete ao conciliador:

- I. abrir a audiência esclarecendo sobre as vantagens da conciliação e os objetivos desta lei;
- II. analisar o ativo e passivo do devedor, proceder ao chamamento de todos os credores declarados pelo devedor, elaborar e propor planos de pagamento de acordo com o orçamento do devedor;
- III. promover a pacificação social, facilitando o diálogo entre as partes, sugerindo medidas de atenuação do superendividamento com intuito de obter a conciliação.

Artigo 38 – DOS CREDORES -Todos os credores declarados no formulário-padrão serão convidados para audiência de conciliação com o devedor que ocorrerá no prazo máximo de 60 dias, a contar do preenchimento e assinatura do formulário-petição pelo consumidor. A audiência será conjunta, ou seja, reunidos o superendividado com todos os seus credores simultaneamente, no mesmo dia e horário.

Parágrafo único - As cartas-convites serão remetidas, preferencialmente, por via eletrônica.

Artigo 39 – DA SANÇÃO PELA AUSÊNCIA- A ausência injustificada a audiência de conciliação acarretará:

- I – no caso do credor, a suspensão dos encargos de mora, a contar da data desta audiência;
- II – no caso do credor com crédito consignado, a suspensão do pagamento e dos encargos de mora;
- III – no caso do devedor, o arquivamento do procedimento, sendo facultado o desarquivamento mediante o pagamento de custas.

Artigo 40 – DO ACORDO - O acordo com os credores traduz-se na aprovação de um plano destinado a conseguir, no final da sua vigência, o saneamento da situação patrimonial ou do superendividamento do devedor, mediante a adoção das medidas de reestruturação aceitas pelo devedor e seus credores.

Artigo 41 – DAS NEGOCIAÇÕES - As negociações tendentes à celebração do acordo de pagamento devem orientar-se no sentido de conseguir a participação de todos os credores interessados em uma solução de equidade que implique comprometimento, durante o período de tempo convencionado, dos rendimentos previsíveis do devedor ao pagamento do passivo reestruturado.

Artigo 42 – DO PLANO - O plano poderá conter medidas de temporização ou reescalonamento do pagamento das dívidas, de remissão das mesmas, de redução ou de supressão da taxa de juros, de consolidação, de criação ou de substituição das garantias, entre outras medidas indispensáveis para adequar o passivo às possibilidades de cumprimento efetivo do devedor em questão.

Artigo 43 – DO MÍNIMO EXISTENCIAL - O plano deverá observar a reserva do mínimo existencial, de modo que sua execução não venha a prejudicar a manutenção básica do consumidor e de sua família ou o pagamento das despesas correntes de sobrevivência.

Artigo 44 – DOS DEVERES DO DEVEDOR - O plano pode subordinar estas medidas ao comprometimento pelo devedor de determinados atos tendentes a facilitar ou a garantir o pagamento da dívida. Ele pode, igualmente, os subordinar à abstenção pelo devedor de atos suscetíveis de agravar sua situação de insolvência.

Artigo 45 – DAS AÇÕES - Havendo ações em tramitação no Poder Judiciário, o plano acordado deverá esclarecer quanto a sua suspensão ou a sua extinção.

Artigo 46 – DOS CADASTROS E DOS BANCOS DE DADOS - Se o nome do devedor estiver registrado em cadastros de inadimplentes, o acordo contemplará a data em que o credor procederá à exclusão dos dados do devedor.

Artigo 47 – DO TÍTULO JUDICIAL - O acordo deverá ser homologado pelo Juiz de Direito, mediante sentença com eficácia de título executivo.

#### **Seção IV – DA FASE JUDICIAL: Reestruturação do Passivo**

Artigo 48 – DO PLANO JUDICIAL DE PAGAMENTO- Caso inexitosa a conciliação com um ou mais credores, presentes ou não, o devedor poderá requerer no prazo de 15 (quinze) dias, perante o juízo

competente, a reestruturação do passivo através de um plano judicial, relativamente às dívidas não acordadas, independentemente de nova conciliação.

Parágrafo único - O consumidor deverá instruir o pedido com todos os documentos hábeis à demonstração de seu ativo e passivo, arrolando aqueles que dependam de requisição judicial, se for o caso e, quando possível, com uma sugestão de plano de pagamento aos credores.

Artigo 49 – DA CITAÇÃO DOS CREDORES - Juiz procederá à citação de todos os credores cujos créditos não integraram o acordo obtido na fase conciliatória.

§1º - A citação dos credores será feita pessoalmente, ao seu representante legal ou ao procurador legalmente constituído, observando as normas previstas no Código de Processo Civil.

§2º - A citação dos eventuais interessados será feita por edital, na forma do artigo 231 do Código de Processo Civil.

Artigo 50 – DA RESPOSTA - Citados, os credores e eventuais interessados terão o prazo de 15 (quinze) dias para responder ao pedido de reestruturação judicial, apresentando as razões que entenderem de direito, as especificidades do(s) contrato(s) firmado com o consumidor, o valor da(s) dívida(s) pendente(s).

Parágrafo único - A ausência de manifestação do credor importará na revelia, nos termos artigo 319 do Código de Processo Civil.

Artigo 51 – DA ADMISSIBILIDADE - Após a citação, com ou sem a resposta dos credores, o juiz decidirá quanto à admissibilidade do procedimento de reestruturação judicial, mediante a análise da totalidade da renda e do patrimônio disponível do consumidor, do passivo já acordado na fase conciliatória e do passivo pendente.

§1º – A decisão admitindo o procedimento importará:

- I - a vedação do ajuizamento de ação executiva contra o devedor;
- II- na suspensão das ações executivas pendentes;
- III – na suspensão dos juros e encargos contratuais;
- IV – na exclusão dos bancos de dados.

Artigo 52 – DO PROCESSAMENTO - Admitido o processamento do pedido de reestruturação judicial, o juiz poderá determinar as diligências que entender cabíveis para a complementação das informações relativas às condições pessoais do devedor e dos contratos integrantes da causa de pedir, designando audiência de conciliação, instrução e julgamento, se for o caso.

Artigo 53 – DA AUDIÊNCIA -Na audiência de conciliação, instrução e julgamento, será colhida a prova oral. Sobre os documentos apresentados por uma das partes, manifestar-se-á imediatamente a parte contrária, sem interrupção da audiência.

Artigo 54 – DA SENTENÇA - Finalizada a instrução, o juiz proferirá sentença, apreciando:

I – as contestações apresentadas;

II – a suspensão dos encargos de mora resultantes da eventual ausência de credor na audiência de conciliação e da decisão de admissibilidade;

III – o plano de reestruturação com objetivo de restabelecer a situação financeira do devedor, permitindo-lhe, na medida do possível, pagar as suas dívidas e garantindo-lhe simultaneamente o bem-estar da sua família e a manutenção de uma vida digna;

IV - a suspensão ou a extinção dos processos porventura em tramitação;

V - as infrações que violem os interesses difusos, coletivos ou individuais dos consumidores, informando os órgãos competentes.

Artigo 55 – DAS MEDIDAS DO PLANO - O plano observará o prazo máximo de 4 (quatro) anos e poderá conter medidas de temporização ou reescalonamento do pagamento das dívidas, de remissão das mesmas, de redução ou de supressão da taxa de juros, de consolidação, de criação ou de substituição das garantias, entre outras medidas indispensáveis para adequar o passivo às possibilidades de cumprimento efetivo do devedor em questão.

§1º - O plano deverá observar a reserva do mínimo existencial, de modo que sua execução não venha a prejudicar a manutenção básica do consumidor e de sua família ou o pagamento das despesas correntes de sobrevivência, sem prejuízo da manutenção do bem de família e da impenhorabilidade prevista no art. 649 do CPC.

§2º - O plano poderá subordinar estas medidas ao comprometimento pelo devedor de determinados atos tendentes a facilitar ou a garantir o pagamento da dívida. Ele pode, igualmente, os subordinar à abstenção pelo devedor de atos suscetíveis de agravar sua situação de superendividamento.

Artigo 56 – DA ELABORAÇÃO DO PLANO - Na elaboração do plano de reestruturação judicial, o julgador deverá considerar, ainda:

I) as condições pessoais do devedor;

II) a conduta do fornecedor do crédito antes da celebração do contrato, ou seja, se observou os deveres de informação e de conselho, se consultou os bancos de dados e se avaliou a capacidade de reembolso do consumidor, podendo aplicar a sanção de perda dos juros remuneratórios ao fornecedor de crédito faltoso, ficando o consumidor obrigado a restituir apenas o capital emprestado, corrigido monetariamente pelo índice oficial.

Artigo 57 – DO CUMPRIMENTO - O cumprimento de sentença observará o procedimento previsto no artigo 475 J do Código de Processo Civil, prosseguindo individualmente quanto à cada credor.

#### **CAPÍTULO IV – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS:**

Artigo 58 – DA EXTINÇÃO - O procedimento será extinto, sem julgamento do mérito, além dos casos previstos em lei, quando:

I - o consumidor deixar de comparecer, injustificadamente, a qualquer das audiências;

II – o julgador rejeitar o juízo de admissibilidade do procedimento, nos termos do artigo 51 desta lei.

Artigo 59 – DA SANÇÃO - É vedado ao consumidor a obtenção do benefício legal da reestruturação judicial, assegurada nesta lei, caso tenha sido beneficiado anteriormente, no prazo de 2 (dois) anos.

Parágrafo único – A vedação constante do *caput* deste artigo não se aplica ao consumidor que, comprovadamente, deixar de pagar de cumprir o acordo ou o plano de reestruturação judicial em razão das situações previstas no artigo 28, alíneas a, b, c.

Artigo 60 – DA SANÇÃO POR MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR- Acarretará o vencimento antecipado das dívidas contempladas no acordo ou no plano de reestruturação judicial o devedor que após a apresentação do pedido:

I- prestar dolosamente falsas declarações ou produzir documentos inexatos com o objetivo de utilizar os benefícios do procedimento de tratamento da situação de superendividamento;

II- dissimular ou desviar, ou tentar dissimular ou desviar, a totalidade ou uma parte de seus bens com idêntico objetivo;

III- agravar sua situação de endividamento mediante a obtenção de novos empréstimos ou praticar atos de disposição de seu patrimônio durante o curso do procedimento de tratamento da situação de superendividamento ou durante a execução do plano.

Artigo 61 – DA MÁ-FÉ DO CREDOR – Reputa-se litigante de má-fé o credor que incidir em quaisquer das previsões contidas no artigo 17 do Código de Processo Civil, sendo-lhe aplicáveis as sanções previstas no artigo 18 da mesma lei.

#### **CAPÍTULO V – DAS DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS**

Artigo 62 – DAS INFRAÇÕES - Deverá ser criado o Fundo de Negociação do Endividamento para apoio dos Poderes Judiciários Estaduais na execução desta lei, a qual poderá receber as multas civis e administrativas das infrações enquanto este fundo não for criado.

§1º - Nas infrações ao Código de Defesa do Consumidor e a esta lei, os julgadores poderão canalizar os recursos para o Fundo de Negociação do Endividamento ou diretamente a projeto local, enquanto este não for criado.

§2º - Os órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor poderão canalizar os recursos advindos dos Termos de Ajustamento de Conduta e das multas, na forma da lei, ao referido Fundo ou diretamente a projeto local, enquanto este não for criado.

Art. 63 – DA *VACATIO LEGIS* - Esta lei, em complementação ao disposto na Lei 8.078/90, entra em vigor 90 dias após a sua publicação no Diário Oficial da União.

---

[1] Veja MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito de consumo, in MARQUES, Claudia Lima e CAVALLAZZI, Rosângela (Coords.), *Direitos do Consumidor endividado: superendividamento e crédito*, São Paulo: RT, 2006, p. 256 (também publicado in *Revista de Direito do Consumidor*(2005) vol. 55, p. 1 e seg.)

[2] Veja as pesquisas realizadas em conjunto pelo Grupo de pesquisa CNPq “Mercosul e Direito do Consumidor” e o PPGDir./UFRGS, em especial uma pesquisa empírica coordenada pela Profa. Dra. Claudia Lima Marques, realizada em conjunto com o Núcleo Civil da Defensoria Pública do Estado do Rio Grande do Sul, com 100 casos de superendividamento de pessoas físicas consumidores no Rio Grande do Sul, e uma pesquisa no Rio de Janeiro (Defensoria e PUC-Rio, coordenada pela Profa. Rosângela Cavallazzi) e, após, uma pesquisa em São Paulo (coordenada pelo PROCON-SP), in MARQUES, Claudia Lima e BENJAMIN, Antônio Herman, Consumer Over-indebtedness in Brazil and the need of a new consumer Bankruptcy legislation, in RAMSAY, Iain et alii (Ed.), *Consumer Over-indebtedness*, Oxford, Hart Publ, 2009, p. 156 e seg.

[3] Veja a experiência de mais de 2 anos de projeto piloto das magistradas Clarissa Costa de Lima e Karen Bertencello, e as conclusões de seus trabalhos de Mestrado no PPGdir./UFRGS, in LIMA, C.C. e BERTONCELLO, K. D. *Superendividamento*, Ed. GZ: Rio de Janeiro, 2009.

[4] Inspiração colhida da “DECLARAÇÃO DE SALVADOR”, firmada pelos países Argentina, Brasil e Uruguai, no mês de agosto de 2009, no âmbito do Comitê Técnico n.07 Defesa do Consumidor – CCM-Mercosul.

[5] O formulário-petição é originário do formulário-padrão criado para a pesquisa empírica realizada em 2004, pelo Núcleo de Pesquisa em Superendividamento da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, coordenado pela Prof. Dra. Cláudia Lima Marques, Grupo de Pesquisa Consumidor e Mercosul – CNPq, sendo posteriormente utilizado no projeto-piloto, intitulado “Tratamento das situações de superendividamento do consumidor”, do Poder Judiciário do Rio Grande do Sul a partir do ano de 2006.

Gontijo, Patrícia Maria Oliva

A regulamentação do superendividamento como forma de concretização do estado democrático de direito / Patrícia Maria Oliva Gontijo. – Nova Lima: Faculdade de Direito Milton Campos, 2010.

190 f.

Orientador: Prof. Dr. Miriam de Abreu Machado e Campos  
Dissertação (mestrado) - Faculdade de Direito Milton Campos

1.Direito comercial. 2. Direito do consumidor – Sociedade do consumo. 3.. Defesa do consumidor – Legislação. I. Campos, Miriam de Abreu Machado e. II. Faculdade Milton Campos.

CDD - 346.548