

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE DIREITO

Rafael Parizzi

O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR E SEU
TRATAMENTO NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Casca
2010

Rafael Parizzi

O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR E SEU
TRATAMENTO NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Monografia apresentada ao Curso de Direito, da Faculdade de Direito, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais, sob a orientação da Professora Me. Nadya Regina Gusella Tonial.

Casca
2010

À minha família, fonte inexplicável de amor, carinho, incentivo,
compreensão, apoio, motivação...

AGRADECIMENTOS

A Deus, pai todo poderoso, pela capacitação concedida e pela magnífica oportunidade que me fora dada.

Aos meus pais, Humberto e Cristina, pela confiança demonstrada e pelo tempo que investiram em mim, sempre me incentivando e lutando ao meu lado.

Aos meus irmãos, Júlia e Fernando, pelo carinho e incentivo apresentado nos momentos em que mais precisei.

À minha orientadora, Professora Me. Nadya Regina Gusella Tonial, primeiramente pela idéia e, principalmente pela orientação concedida durante todo o processo de elaboração deste trabalho.

A todos que de alguma forma contribuíram para que este sonho se tornasse realidade, após longos anos de dedicação, estudo e pesquisa, a fim de concretizar esta conquista.

"Não conheço ninguém que conseguiu realizar seu sonho, sem sacrificar feriados e domingos pelo menos uma centena de vezes. Da mesma forma, se você quiser construir uma relação amigável com seus filhos, terá que se dedicar a isso, superar o cansaço, arrumar tempo para ficar com eles, deixar de lado o orgulho e o comodismo. Se quiser um casamento gratificante, terá que investir tempo, energia e sentimentos nesse objetivo. O sucesso é construído à noite! Durante o dia você faz o que todos fazem. Mas, para obter um resultado diferente da maioria, você tem que ser especial. Se fizer igual a todo mundo, obterá os mesmos resultados. Não se compare à maioria, pois, infelizmente ela não é modelo de sucesso. Se você quiser atingir uma meta especial, terá que estudar no horário em que os outros estão tomando chopp com batatas fritas. Terá de planejar, enquanto os outros permanecem à frente da televisão. Terá de trabalhar enquanto os outros tomam Sol à beira da piscina. A realização de um sonho depende de dedicação. Há muita gente que espera que o sonho se realize por mágica, mas toda mágica é ilusão, e a ilusão não tira ninguém de onde está, em verdade a ilusão é combustível dos perdedores. Pois, quem quer fazer alguma coisa, encontra um MEIO. Quem não quer fazer nada, encontra uma DESCULPA."

Roberto Shinyashiki

RESUMO

O presente estudo constitui-se na análise do fenômeno do superendividamento do consumidor e sua proteção jurídica no ordenamento jurídico brasileiro, com base no valor maior da dignidade da pessoa humana, a partir de uma perspectiva de eticidade trazida pelo Estado Democrático de Direito. O direito do consumidor, na condição de direito fundamental de terceira geração, tem por escopo proteger o consumidor em suas relações com os fornecedores. Neste contexto a relação consumerista encontra amparo na Constituição Cidadã de 1988, bem como num microssistema próprio. Todavia, a realidade social pós-moderna fez surgir a sociedade de consumo, momento que o desejo se sobrepõe à necessidade e leva ao consumismo desenfreado. Tal situação cria o superendividamento que exclui o consumidor do âmbito social, cabendo investigar se o sistema de proteção existente no Brasil se mostra suficiente para englobar a defesa do consumidor superendividado. Assim, num enfoque constitucional, tendo como marco teórico a dignidade da pessoa humana, sob um viés hermenêutico, compreende-se necessária a criação de um tratamento legislativo especial ao consumidor superendividado, possibilitando a valorização da pessoa humana e a construção da justiça social.

Palavras-Chave: Boa-fé. Consumidor. Código de Defesa do Consumidor. Dignidade. Superendividamento.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1 A SOCIEDADE PÓS-MODERNA E A RELAÇÃO DE CONSUMO	9
1.1 A sociedade e o consumo	9
1.2 A relação de consumo no direito brasileiro	13
1.2.1 A evolução histórica das normas consumeristas	13
1.2.2 Relação de consumo: caracterização e partícipes	17
1.3 Os princípios protetivos da relação consumerista	23
2 O SUPERENDIVIDAMENTO E SUAS CAUSAS	29
2.1 Superendividamento: noção e espécies	29
2.2 Causas que levam o consumidor ao superendividamento	33
2.3 A boa-fé do consumidor superendividado	38
3 MEIOS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO	41
3.1 A proteção do consumidor superendividado frente ao Código de Defesa do Consumidor	41
3.2 O superendividamento no direito comparado.....	45
3.3 Anteprojeto de lei para a proteção do consumidor superendividado.....	49
CONCLUSÃO	60
REFERÊNCIAS	64

INTRODUÇÃO

O presente estudo aborda o fenômeno do superendividamento do consumidor no ordenamento consumerista brasileiro, bem como sua proteção jurídica e as possíveis soluções para sua solvência.

Desta forma, escolheu-se dissertar sobre o consumismo e o superendividamento, tendo em vista que estes fenômenos se mostram relevantes na realidade social. Verifica-se de uma maneira complexa e cada vez mais crescente, que o consumismo está diretamente ligado à pessoa, em virtude de seus desejos e não simplesmente de suas necessidades.

Com isso, tem-se o propósito de estudar a sociedade moderna e a cultura do consumismo, dando ênfase à caracterização da relação de consumo no Brasil, bem como verificar a figura do superendividamento e a perspectiva de seu tratamento, pela lei consumerista, à luz da dignidade da pessoa humana.

Assim, objetiva-se analisar a evolução da sociedade em relação ao consumo, identificando os partícipes desta relação e discorrendo sobre os princípios que protegem o consumidor. Com base na doutrina, pretende-se dar ênfase a figura do consumismo atual e as situações em que o consumidor chega à posição de superendividado. Busca-se ainda, demonstrar a boa-fé do consumidor superendividado e a possível proteção frente ao ordenamento consumerista brasileiro.

Logo, a problematização diz respeito à proteção ao consumidor superendividado mostrar-se eficaz ou não pelo ordenamento consumerista brasileiro. Então, indaga-se: A política de defesa prevista no Código de Defesa do Consumidor revela-se como um instrumento eficaz de proteção ao consumidor superendividado? E, para solver esta questão, tem-se como base teórica o princípio da dignidade da pessoa humana, que representa o fundamento do Estado Democrático de Direito, bem como, o princípio da boa-fé objetiva que impõe o dever de lealdade e correção das partes no contrato.

Para tanto, utiliza-se o método de procedimento histórico, que busca explicações nos acontecimentos do passado e verifica as influências nas sociedades posteriores, e o método bibliográfico, por meio do estudo de obras doutrinárias e documentos já publicados a respeito do tema. Quanto à abordagem, faz-se uso do método hermenêutico, buscando compreender e interpretar o superendividamento na atual sociedade de consumo instigando uma incessante

busca para seu entendimento, bem como para encontrar soluções que tragam a proteção deste consumidor.

O trabalho encontra-se dividido em três capítulos, sendo que, inicialmente, trata-se da sociedade moderna e a relação de consumo, para logo após adentrar nos meandros do superendividamento, e por derradeiro, analisar os meios de proteção ao consumidor superendividado.

Desta maneira, na primeira parte pesquisada, busca-se reconhecer a realidade da sociedade pós-moderna, a existência das relações de consumo no meio social e sua disciplina de modo diferente daquelas reguladas pelo ordenamento civil. Aborda-se o consumo individual cada vez mais crescente na sociedade atual, e o desafio para a ciência jurídica de acompanhar tal evolução e dar soluções gerais e adequadas aos problemas decorrentes desse consumismo. Ainda, trata-se dos princípios protetivos em face das relações de consumo, pelas quais se busca a melhor forma de consolidar esta relação.

Em um segundo momento da pesquisa, estuda-se o superendividamento, observando a busca incessante do consumidor para obter uma posição de vida cada vez mais satisfatória para seu conforto e satisfação pessoal. Para tanto, demonstra-se as espécies de superendividamento e as possíveis causas que levam o consumidor a chegar ao posto de superendividado. Também, objetiva-se dar ênfase a figura do consumidor de boa-fé e a maneira com que o mesmo é excluído do âmbito social.

Já no terceiro, e último capítulo do trabalho, aborda-se a proteção do consumidor superendividado em relação ao ordenamento jurídico brasileiro, destacando em seu contexto meios iniciais de proteção a este consumidor, por meio de medidas que buscam evitar a presente situação. Ainda, estuda-se o direito comparado, mais especificamente, o direito francês, a fim de exemplificar a proteção do consumidor superendividado. Por fim, apresenta-se como perspectiva o anteprojeto de lei do devedor superendividado de autoria das juristas, Cláudia Lima Marques, Clarissa Costa de Lima e Karen Rick Danielevicz Bertocello.

No entanto, o presente estudo não possui o condão de esgotar e solucionar todas as questões relacionadas ao tema proposto, ao contrário, terá alcançado seu objetivo se lograr incentivar no âmbito acadêmico, novas pesquisas relacionadas à matéria, principalmente por ser uma forma de oportunizar a evolução e aprimoramento da ordem jurídica consumerista brasileira.

1 A SOCIEDADE PÓS-MODERNA E A RELAÇÃO DE CONSUMO

Os tempos atuais são marcados pelo consumo individual cada vez mais crescente da sociedade, fazendo nascer um desafio para a sustentabilidade do planeta e para a ciência jurídica em acompanhar a evolução social. Na medida de sua evolução, a sociedade busca uma condição de vida cada vez melhor, fato pelo qual se torna cada vez mais difícil a ciência jurídica dar respostas adequadas e gerais aos problemas, que de certo modo, perturbam a sociedade, e se modificam constantemente.

1.1 A sociedade e o consumo

A evolução da sociedade acontece de maneira acelerada e constante, momento que a ciência jurídica não consegue acompanhar a rapidez destas transformações.¹ A sociedade atual busca, em primeiro lugar, o bem-estar com métodos artificiais que são postos ao seu alcance com extrema facilidade, bastando adquiri-los. O importante é ter a cada dia uma posição de vida melhor, e isto implica consumir.² Estes métodos evoluem de tal forma que a sua aquisição se torna meramente objeto de desejo³ pelo indivíduo, escapando do campo da necessidade.

Nesta contextualização, “estamos, pois, diante de uma ordem de fatos que apresenta caracteres muito especiais: consistem em maneiras de agir, de pensar e de sentir exteriores ao indivíduo, dotadas de um poder de coerção em virtude do qual se lhe impõe”. Vislumbram-se, portanto, “uma espécie nova e é a eles que deve ser dada a reserva a qualificação de *sociais*.” (DURKHEIM, 1984, p. 48).

¹ Marques assevera que “os chamados tempos pós-modernos são um desafio para o direito. Tempos de ceticismo quando à capacidade da ciência do direito de dar respostas adequadas e gerais aos problemas que perturbam a sociedade atual e se modificam com uma velocidade assustadora.” (2006, p. 168).

² Barth faz referência de que a forma de ideologia da pós-modernidade é o *materialismo*, que “faz com que o indivíduo obtenha certo reconhecimento social pelo simples fato de ganhar muito dinheiro, ter objetos que todos têm ou que são moda no momento. Para isto, não se medem esforços e se cancelam os valores éticos: ‘ter’ acima do ‘ser’ ou ‘ter’ para ‘ser’.” (2008, p. 06).

³ Bauman observa que “o consumismo, em aguda oposição às formas de vida precedentes, associa a felicidade não tanto à satisfação de necessidades (como suas “versões oficiais” tendem a deixar implícito), mas a um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la”. (2008, p. 44).

Tal realidade mostra-se como um instrumento que acaba tornando o consumidor um legítimo “refém” do consumo, que é mencionado por Bauman, como “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”. (2008, p. 37). Nesta linha, “o consumo é um investimento em tudo que serve para o valor social e a auto-estima do indivíduo”. (2008, p. 76).

No entendimento de Marques, esta realidade denomina-se como pós-modernidade.⁴ Enfatiza a autora que a sociedade é caracterizada pelo vazio, pelo individualismo na resposta aos problemas e na “insegurança jurídica, onde as antinomias são inevitáveis e a desregulamentação do sistema convive com um pluralismo de fontes legislativas e uma forte internacionalidade de relações”. Portanto, “é a **condição pós-moderna** que, com a pós-industrialização e a globalização⁵ das economias, já atinge a América Latina e tem reflexos importantes na ciência do direito. É a crise do Estado do bem-estar⁶ social”. (2006, p. 174).

Nesse contexto, a pós-modernidade “resgata o valor da subjetividade, do emocional acima do racional e do sujeito mergulhado na imensidão do universo”. (BARTH, 2008, 08). Da mesma forma, Barth destaca que a pós-modernidade, “é um tempo de mudança, de crise, de morrer ao tradicional, de abandonar o velho e abraçar o novo, de quebrar paradigmas e estabelecer novas formas de vida e valores. É tempo de ser diferente, de inventar diferenças e conviver pacificamente com o diferente”. (2008, p. 03).

Já, para Saldanha essa evolução é tida como uma fase moderna, pois “na sociedade moderna, as formas de vida se adiantam cada vez mais dentro do modelo urbano; a existência

⁴ “A pós-modernidade se conjuga com uma série de fatores que vão desde a crise da industrialização, da massificação dos meios de comunicação e transporte, da informática, da eletrônica, da telemática, se reforça com as mudanças sociais marcadas pelo desenvolvimento econômico e a crise do mercado, a diversificação e crise das instituições sociais, a urbanização crescente e o surgimento das megalópolis, dos protestos e lutas sociais, da alteração de papéis sociais, passando pela crise do racionalismo, a eliminação de mitos, a quebra de tabus e preconceitos, a secularização e, finalmente, a um retorno ao sentimento, a explosão religiosa e a um novo comportamento diante do mundo do outro, de si mesmo e de Deus. Em poucas palavras, do ‘moderno’ nasce a ‘modernidade’ e esta foi transformada em ‘pós-modernidade’.” (BARTH, 2008, p. 03).

⁵ Barth expõe a marca registrada do homem pós-moderno, distinguindo-se pela imersão do universo, em que “o homem pós-moderno se descobre imerso num universo maior que o circunda e o denomina. É a globalização! afirma e a adequação aos novos tempos!, como justificativa. Sente-se parte deste universo e tem a tendência a deixar-se levar pelos ventos de emoção e das ondas. Suas fraquezas encontram-se nas forças da natureza justificativa plausível e desfruta os prazeres como partes do seu instinto que afirma ser uma força mais forte do que ele próprio e por isso o domina, ao final, acaba não resistindo, tendo que comprar, gastar, comer, etc. A salvação é o cartão de crédito e os prazos mais longos de pagamento”. (2008, p. 08).

⁶ Neste íterim, “a Revolução do Bem-Estar é herdeira, a testamenteira da Revolução Burguesa ou simplesmente de toda a revolução que erige em princípio a igualdade dos homens sem a poder (ou sem a conseguir) realizar a fundo. 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 e *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 lá das contradições e desigualdades sociais à democracia formal inscrita na Constituição. Servindo uma à outra de mútuo álbi, ambas se conjugam numa ideologia democrática global, que mascara a democracia ausente e a igualdade impossível de achar”. (BAUDRILLARD, 2010, p. 50).

humana se submete a padrões artificiais e o critério econômico domina as estimativas”. (2003, p. 109).

Todavia, independente de denominar o meio social como moderno ou pós-moderno, mostra-se incontável que a sociedade vive uma era de transformações,⁷ inclusive em seu aspecto de vida,⁸ substituindo as necessidades⁹ básicas pelos seus desejos, assim, “novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos”. (BAUMAN, 2008, p. 45). A relação contratual passou a ser em sua maioria uma relação duradoura, extinguindo-se aos poucos a quitação imediata, como também, a contratação a distância, por meios eletrônicos, facilitou a sua consumação, fazendo com que as pessoas comprem e gastem mais. (MARQUES, 2006, p. 173).

Essas transformações pela qual a sociedade vem passando se encaixam em um vasto quadro evolutivo, onde sua singularidade e complexidade variam constantemente. Essas mudanças estão ligadas diretamente com o Direito, onde devem ser compreendidas¹⁰ em seus aspectos mais amplos. (SALDANHA, 2003, p. 93). Assim, a evolução do Direito equipara-se aos eventuais problemas das épocas, os aspectos culturais dos povos são meramente unitários, sejam em seus estilos, valores ou tendências. (SALDANHA, 2003, p. 99).

A questão central é o próprio ser, ou seja, o próprio indivíduo, que possui impulsos próprios e contraditórios, sendo uma ilusão interpretar de forma única as ações e fatos sociais¹¹ e as vontades desse indivíduo. (MARQUES, 2007, p. 35). “Estamos, pois, diante de maneiras de agir, de pensar e de sentir que apresentam a propriedade marcante de existir fora

⁷ Barth destaca que o desenvolvimento, tanto econômico como tecnológico “ocasionou uma transformação social e a formação de uma nova mentalidade. É um processo de ‘crise’ social que levou a configuração de um novo homem, uma nova sociedade, uma nova ética e também de uma nova religião. Esta crise colocou em xeque o modelo e os valores existentes e fez nascer o desejo de superação de tudo. Este ‘novo’ foi assumido e definido como ‘bom’.” (2008, p. 03-04).

⁸ Marques aduz que “Vivemos um momento de mudança também no estilo de vida, de acumulação de bens materiais passamos à acumulação de bens imateriais, dos contratos de dar para os contratos de fazer, do modelo imediatista da compra e venda para um modelo duradouro da relação contratual, da contratação pessoal direta para o automatismo da contratação a distância por meios eletrônicos, da substituição, da terceirização, das parcerias fluidas e das privatizações, de relações meramente privadas para as relações particulares de iminente interesse social ou público.” (2006, p. 173).

⁹ Baudrillard refere que “a noção de necessidade é solitária da de bem-estar, na mística da igualdade. As necessidades descrevem um universo tranquilizador de fins e semelhante antropologia naturalista cimenta a promessa da igualdade universal. A tese implícita é a seguinte: perante as necessidades e o princípio de satisfação, todos os homens são iguais, porque todos eles são iguais diante do *valor de uso* dos objectos e dos bens (se bem que sejam desiguais e se encontrem divididos em relação ao *valor de troca*). Porque a necessidade se cataloga pelo valor de uso, obtém-se uma relação de utilidade *objectiva* ou de finalidade natural, em cuja presença deixa de haver desigualdade social ou histórica. Ao nível do bife (*valor de uso*), não existe proletário nem privilegiado”. (2010, p. 50).

¹⁰ Saldanha observa a necessidade de uma interpretação e uma visão conjunta de tais transformações sociais, explica que: “a necessidade de uma interpretação global, e de uma visão conjunta das linhas axiais da evolução, pede uma estimativa dos diversos pontos de vista que têm sido projetados sobre aquele quadro de transformações. Tais pontos de vista correspondem a concepções do homem e do mundo, bem como as preferências, e se vinculam a posições filosóficas e sociológicas fundamentais.” (2003, p. 93).

¹¹ “É fato social toda maneira de agir fixa ou não, suscetível de exercer sobre o indivíduo uma coerção exterior; ou então ainda, que é geral na extensão de uma sociedade dada, apresentando uma existência própria, independente das manifestações individuais que possa ter”. (DURKHEIM, 1984, p. 52).

das consciências individuais”. (DURKHEIM, 1984, p. 47). Logo, a questão “diz respeito ao que queremos, desejamos e almejamos, e como as substâncias de nossas vontades, desejos e anseios estão mudando no curso e em consequência da passagem ao consumismo¹²”. (BAUMAN, 2008, p. 41).

Tal compreensão justifica-se pela busca incessante da felicidade, pela sociedade consumista,¹³ como forma de igualdade social, persuadindo que o bem-estar será conquistado por meio de objetos e signos que condizem ao conforto próprio, “em que a felicidade surge primeiramente como exigência de igualdade¹⁴ (ou, claro está, de distinção) e deve, em tal demanda, significar-se sempre a propósito de critérios *visíveis*”. Deste modo, a felicidade distancia-se da “exaltação coletiva”, e direciona-se aos princípios individualistas que explicitam o direito à felicidade como forma de igualdade, que será atingida pelos meios materiais. (BAUDRILLARD, 2010, p. 49-50).

Portanto, observa-se que a sociedade evolui de maneira muito rápida, tanto em seu aspecto social, cultural e histórico, bem como, as relações individuais¹⁵, suas vontades e ações que se compreendem de maneira singular, deixando de lado as relações e opiniões conjuntas. “É o indivíduo a base de referência e o centro de gravitação em torno do qual giram todas as coisas. Tudo existe, tem valor e tem algum sentido enquanto serve de resposta às necessidades

¹² O consumismo “representa a fórmula pós-moderna da liberdade. O ideal de consumo da sociedade capitalista não tem outro horizonte, além da multiplicação ou da contínua substituição de objetos (ainda em perfeito estado de uso) por outros cada vez melhores. O resultado disto é a cultura do desperdício, onde se vive para consumir e essa é a única imagem valorizada. As grandes transformações sofridas pela sociedade nos últimos anos são, a princípio, contempladas com surpresa, depois com progressiva indiferença ou, em outros casos, como a necessidade de aceitar o inevitável. Colocar-se contra é como ir contra a maré. A propaganda cria falsas necessidades, objetos sempre melhores criam o desejo impulsivo de comprar. A permissividade prega a chegada de uma etapa decisiva da história, onde há vencedores nem vencidos por isto, deve-se aproveitar tudo e ir cada dia mais longe. Se tudo cai no ceticismo ou num individualismo fatal, o que ainda pode surpreender ou escandalizar? Isto produz vidas vazias, mas sem grandes dramas, nem vertigens angustiantes ou tragédias. É a metafísica do nada, pela morte dos ideais e a superabundância do resto, a consequência inevitável do consumismo se manifesta em duas crises: a econômica e a ecológica”. (BARTH, 2008, p. 07).

¹³ Nesta feita, Bauman alega que, “a sociedade dos consumidores, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura do consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível – e uma condição de afiliação”. (2008, p. 70).

¹⁴ Durkheim observa a “coerção” existente àqueles que não buscam certa igualdade, mencionando que: “se não me submeto às convenções mundanas; se, ao me vestir, não levo em consideração os usos seguidos em meu país e na minha classe, o riso que provoço, o afastamento em que os outros me conservam, produzem, embora de maneira mais atenuada, os mesmo efeitos que uma pena propriamente dita”. (1984, p. 47).

¹⁵ “A vocação consumista se baseia, em última instância, nos desempenhos individuais. Os serviços oferecidos pelo mercado que podem ser necessários para permitir que os desempenhos individuais tenham curso com fluidez também se destinam a ser a preocupação do consumidor individual: uma tarefa que pode ser empreendida *individualmente* e resolvida com a ajuda de habilidades e padrões de ação de consumo *individualmente* obtidos. Bombardeados por todos os lados por sugestões de que precisam se equipar com um ou outro produto fornecido pelas lojas se quiserem ter a capacidade de alcançar e manter a posição social que desejam, desempenhar suas obrigações sociais e proteger a auto-estima – assim como serem vistos e reconhecidos por fazerem tudo isso -, consumidores de ambos os sexos, todas as idades e posições sociais irão sentir-se inadequados, deficientes e abaixo do padrão a não ser que respondam com a prontidão a esses apelos”. (BAUMAN, 2008, p. 74).

e desejos individuais”. (BARTH, 2008, p. 08). Assim, o indivíduo vem se tornando cada vez mais independente e no ímpeto de suprir suas necessidades participa das relações de consumo.

1.2 A relação de consumo no direito brasileiro

A relação de consumo revela-se como um direito fundamental de terceira geração e pode se definida como aquela existente entre consumidor e fornecedor com a finalidade de efetuar uma compra e venda de um determinado produto, bem como uma prestação de serviços. Mediante tal noção, torna-se necessário diferenciar consumidor de fornecedor, e a consequente relação que incide entre os mesmos, bem como o objeto desses interesses.

1.2.1 A evolução histórica das normas consumeristas

A evolução histórica das normas consumeristas é marcada, primeiramente, pelos conflitos existentes entre os grupos sociais em busca de seus direitos. Conflitos estes, que, inicialmente, traduziam a luta contra a discriminação, obtendo-se, dessa forma, uma regulamentação inicial de proteção ao consumo, e conseqüentemente vieram a possibilitar os direitos tidos hoje como fundamentais aos consumidores.

No que diz respeito à evolução histórica¹⁶ do “movimento consumerista”, percebe-se que teve início no momento em que grupos sociais envolveram-se em confrontos no final do século XIX e no início do século XX, com o objetivo de acabar com as discriminações sofridas por estes, em relação à raça, sexo, idade e profissão. Assim, uma pequena massa de

¹⁶ “Nas suas fases primeiras, as relações de consumo caracterizavam-se pelos negócios interpessoais, em que os fornecedores mantinham contatos diretos com os consumidores, em faixas restritas dos mercados. O industrialismo e as produções em largas escalas vieram revolucionar os negócios, tornando-os pluripessoais e difusos. Se antes os tratados primitivos para as encomendas de produtos e serviços permitiam – aos consumidores – melhor conhecer as pessoas dos seus fornecedores e melhor eleger os bens e serviços a serem consumidos, desde o final do século XIX as relações de consumo passaram a ganhar foros de universalidade. Na maioria dos casos os consumidores se relacionam com as marcas dos produtos, sem qualquer contato com os seus fabricantes. Quando muito as relações interpessoais se estabelecem com os comerciantes ou fornecedores imediatos”. (GAMA, 2004, p. 01).

advogados de Nova York, veio dar origem a *New York Consumers Lague* em 1891, com o objetivo de proporcionar aos empregados melhores condições no trabalho, fazendo com que o empregador cumprisse com as normas trabalhistas, bem como, melhores condições ao atendimento do consumidor. (GAMA, 2004, p. 02).

E foi em razão dessas pressões exercidas, tanto pelos grupos sociais, como pelas organizações especiais, que se obteve, inicialmente, a elaboração de leis especiais para a regulamentação do consumo, em face da grande quantidade de contaminação ocasionada pelos componentes de determinados produtos, tais como, remédios, alimentos e bebidas. (GAMA, 2004, p. 04).

Na sequência tem-se como marco inicial do reconhecimento dos direitos dos consumidores, a mensagem enviada pelo Presidente americano John Kennedy, ao Congresso daquele país, na data de 12 de março de 1962, referindo que:

Os bens e serviços colocados no mercado devem ser sadios e seguros para o uso; promovidos e apresentados de maneira que permita ao consumidor fazer uma escolha satisfatória; que a voz do consumidor seja ouvida no processo de tomada de decisão governamental que determina o tipo, a qualidade e o preço de bens e serviços colocados no mercado; tenha o consumidor o direito de ser informado sobre as condições de bens e serviços e ainda o direito a preços justos. (ROSA, 1995, p. 19).

Portanto, através desse discurso foram definidos direitos tidos como fundamentais aos consumidores, sendo eles: o direito à segurança, à informação, à escolha e o direito de ser ouvido. Dentre os quais os consumidores americanos passaram a ter seus direitos reconhecidos, bem como meios legais para protegê-los. (NOGUEIRA, 1998, p. 19).

Tal discurso, que o presidente Kennedy atribuiu os direitos dos consumidores trouxe um novo desafio para o mercado, dando início a uma discussão jurídica mais ampla em relação ao tema, visto que, todos são consumidores em algum momento da nossa vida. (BENJAMIN, 2007, p. 24).

Após, tais direitos foram reconhecidos mundialmente, pela Organização das Nações Unidas – ONU, por meio de sua Comissão de Direitos Humanos, na 29ª sessão, no ano de 1973, estabelecendo direitos fundamentais e universais pela “Carta do Consumidor aprovada

pela Assembléia Consultiva do Conselho da Europa”. Após, em 1985 foram instituídas normas pela:

Resolução 39/248, que estabelece objetivos e princípios gerais, visando: - a segurança física do consumidor; a promoção e proteção dos interesses econômicos do consumidor; padrões para a segurança e qualidade dos serviços e bens do consumidor; os meios de distribuição de bens e serviços essenciais para o consumidor; medidas que permitam ao consumidor obter ressarcimento; programa de informação e educação do consumidor; medidas referentes a áreas específicas (alimentos, água, medicamentos) e a cooperação internacional. (NOGUEIRA, 1998, p. 21).

Assim, pode-se inferir que a evolução do movimento consumerista revela-se em três fases:

Numa fase inicial, o movimento consumerista esteve ligado às lutas pelas conquistas sociais quando se firmavam os competitivos mercados do fim do século retrasado e do início deste século. Numa fase posterior, passou o movimento consumerista a perseguir os fornecedores desonestos. Numa fase adiante, o movimento volta-se para alguns aspectos da qualidade e na fase presente o movimento consumerista volta-se para alguns aspectos mais importantes: 1º) a boa informação sobre os produtos e serviços; 2º) a boa conduta dos fornecedores nas estipulações comerciais; 3º) a boa presença dos fornecedores frente às expectativas de valorização da vida comunitária. (GAMA, 2004, p. 09).

No que tange ao movimento consumerista brasileiro, existe uma diferença em relação aos demais países, observa-se que, no Brasil, o Estado promoveu a Defesa do Consumidor perante seus órgãos de proteção. O que ocorreu de forma diversa em alguns países, sendo que, o movimento consumerista foi exercido de forma privada, baseando-se, principalmente, nas organizações privadas americanas. (GAMA, 2004, p. 08-09).

No Brasil a relação de consumo recebeu proteção pela Constituição Federal de 1988.¹⁷ Após, como forma de regulamentar as disposições constitucionais foi editado o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, Lei n. 8078/90 que regulamenta e disciplina o direito do consumidor. Tal legislação trata de um microsistema que se constitui num “verdadeiro

¹⁷ Artigo 5º da Constituição Brasileira: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXXII – o Estado promoverá, na forma de lei, a defesa do consumidor.”

Código, e não de mera lei geral.” Caracteriza-se por seu caráter sistemático, ou seja, pela “possibilidade de sua aplicação em uma diversidade enorme de relações e situações jurídicas” e por ser uma “lei principiológica” baseada em princípios e cláusulas gerais. (THOMAZ, 2009, p. 05-07).

As normas de direito do consumidor constituem-se em direitos fundamentais de terceira geração,¹⁸ nomeados como direitos transindividuais,¹⁹ ou seja, “aqueles que ultrapassam em seus limites subjetivos a figura de um indivíduo, de um grupo, ou de um determinado Estado”. Aqueles que, “aprofundam o seu conteúdo genérico, tendo como destinatário direto e indireto o gênero humano”. Visto que, “o seu asseguramento ou a sua violação atingem inarredavelmente este conjunto indeterminado de indivíduos”. (MORAIS, 1996, p. 166).

Em consonância aos direitos transindividuais, há de se destacar, primeiramente, os interesses coletivos, “que, estando titularizados por um conjunto de pessoas, permanecem adstritos a uma determinada classe ou categoria delas, ou seja, são os interesses que são comuns a uma coletividade de pessoas e a elas somente”. (MORAIS, 1996, p. 128). Também evidenciam-se os interesses difusos, que “apesar de estarem relacionados à coletividade de indivíduos, distinguem-se sobremaneira dos anteriores referidos por não estarem alicerçados em qualquer vínculo jurídico de base”. Deste modo, “a reunião de pessoas em torno de um interesse difuso assenta-se em fatos genéricos, acidentais e mutáveis, como habitar a mesma região, consumir os mesmos produtos, viver sob determinadas condições socioeconômicas, etc”. (MORAIS, 1996, p. 137-138).

¹⁸ A evolução dos direitos fundamentais pode ser apresentada em gerações. “1ª Geração: os direitos individuais, que pressupõem a igualdade formal perante a lei e consideram o sujeito abstratamente. Tal como assinala o professor italiano, esses direitos possuem um significado filosófico-histórico da inversão, característica da formação do Estado moderno, ocorrida na relação entre Estado e cidadãos: passou-se da prioridade dos deveres dos súditos à prioridade dos direitos do cidadão, emergindo um modo diferente de encarar a relação política, não mais predominantemente do ângulo do soberano, e sim daquele do cidadão, em correspondência com a afirmação da teoria individualista da sociedade em contraposição à concepção tradicional. 2ª Geração: os direitos sociais, nos quais o sujeito de direito é visto enquanto inserido no contexto social, ou seja, analisando em uma situação concreta. Trata-se da passagem das liberdades negativas, de religião e opinião, por exemplo, para os direitos políticos e sociais, que requerem uma intervenção direta do Estado. 3ª Geração: os direitos transindividuais, também chamados de direitos coletivos e difusos, e que basicamente compreendem os direitos do consumidor e os direitos relacionados à questão ecológica. 4ª Geração: os direitos de manipulação genética, relacionados à biotecnologia e bioengenharia, e que tratam de questões sobre a vida e a morte, e que requerem uma discussão ética prévia. 5ª Geração: os advindos com a chamada realidade virtual, que compreendem o grande desenvolvimento da cibernética na atualidade, implicando o rompimento de fronteiras, estabelecendo conflitos entre países com realidades distintas, via internet”. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2000, p. 86).

¹⁹ “Caracterizam-se a partir da percepção dos problemas ligados ao desenvolvimento, à paz, ao meio-ambiente, ao patrimônio comum da humanidade, etc. englobam, portanto, o direito ao desenvolvimento (sustentando) – conjugando pretensões ao trabalho, à saúde e à alimentação adequada – à paz, etc. São, como se vê, direitos complexos que não se sustentam sobre uma base única, mas envolvem um conjunto de bens e benefícios inerentes à sua concreção”. (MORAIS, 1996, p. 166-167).

Os interesses acima citados diferem do interesse individual, que “é aquele que atina ao indivíduo isoladamente, não abarcando, portanto, situações em que o mesmo se insira em determinados contextos coletivos, grupais”. Assim, “pode-se tratá-lo como interesse fundamental do homem-indivíduo” (MORAIS, 1996, p. 113-114), bem como, dos interesses individuais homogêneos, “estes nada mais são do que interesses individuais com causa comum que afeta um número específico de pessoas, embora de forma e com consequências diversas para cada uma delas”. (MORAIS, 1996, p. 121).

Para Bobbio, os chamados “direitos de 3ª geração, constituem uma categoria, para se dizer a verdade, ainda excessivamente heterogênea e vaga, o que nos impede de compreender do que efetivamente se trata”. Explica que os *direitos transindividuais* caracterizam-se pela afirmativa de que estes “nascem²⁰ em função da mudança das condições sociais e quando o desenvolvimento técnico permite satisfazê-los.” (1992, p. 06-07).

Assim, verifica-se o desenfrear da evolução consumerista através dos movimentos sociais em busca de seus direitos, com o objetivo de garantir os seus direitos fundamentais ora estabelecidos. Ainda, destacam-se os direitos transindividuais como um direito de terceira geração, que tem como escopo a proteção dos interesses coletivos e difusos, visando assim a proteção do consumidor.

1.2.2 Relação de consumo: caracterização e partícipes

A relação de consumo no Brasil é definida e disciplinada pela Lei n. 8.078/90 que se constitui num microssistema que abarca toda política de defesa do consumidor, bem como as normas aplicáveis aos negócios consumeristas.

As relações de consumo são caracterizadas pelo seu caráter “bilateral e dinâmico”. São bilaterais,²¹ pois envolvem de um lado o fornecedor, aquele que fornece bens e serviços, de

²⁰ Para tanto, observa-se que “os direitos não nascem todos de uma vez. Nascem quando devem ou podem nascer”. Dependem da evolução fática, ou seja, da evolução do homem perante a sociedade, “essas exigências nascem somente quando nascem determinados carecimentos”, progresso que emana do poder do homem em dominar a própria natureza e aos próprios homens. (BOBBIO, 1992, p. 06-07).

²¹ “As relações de consumo são bilaterais, pressupondo numa ponta o fornecedor – que pode tomar a forma do fabricante, produtor, importador, comerciante e prestador de serviço -, aquele que se dispõe a fornecer bens e serviços a terceiros, e, na outra ponta, o consumidor, aquele que subordinado às condições e interesses impostos pelo titular dos bens ou serviços no atendimento de suas necessidades de consumo. Além disso, as relações de consumo são dinâmicas, posto que,

outro o consumidor, aquele que busca atender a suas necessidades de consumo, e dinâmicas, pois se relacionam com a própria existência humana, onde nascem, crescem e evoluem de acordo com o momento histórico em que se encontram. (ALMEIDA, 2003, p. 01-02).

Logo, constituem-se em “*relações jurídicas*”²² por excelência, pressupondo, por conseguinte, dois pólos de interesse: o *consumidor-fornecedor* e a coisa, objeto desses interesses”. Assim, “no caso, mais precisamente, o consoante ditado pelo Código de Defesa do Consumidor, tal objeto consiste em *produtos* e *serviços*”. (FILOMENO, 2007, p. 50).

A relação de consumo possui três elementos caracterizadores: o subjetivo que “diz respeito aos partícipes dessa relação jurídica, ou seja, *consumidor e fornecedor*”; o objetivo que se relaciona “com a existência de um produto²³ ou serviço²⁴ que constitua objeto de uma relação jurídica de consumo”; e por fim, o finalístico que “significa a condição de *destinatário final* do consumidor que adquire ou utiliza um produto ou serviço”. (THOMAS, 2009, p. 43).

Portanto, ao conceituar um dos partícipes dessa relação de consumo, denominado *consumidor*, pode-se fazê-lo sob os pontos *psicológico, sociológico* e de *ordem literária e filosófica*, ou seja:

Do ponto de vista psicológico, considera-se consumidor o sujeito sobre o qual se estudam as relações a fim de se individualizar os critérios para a produção e as motivações internas que o leva ao consumo. Nesse aspecto, pois, perscruta-se das circunstâncias subjetivas que levam determinado indivíduo ou grupo de indivíduos a ter a preferência por este ou aquele tipo de produto ou serviço, preocupando-se com tal aspecto certamente a ciência do marketing e da publicidade, assumindo especial interesse quando se trata sobretudo dos devastadores efeitos dessa, se enganosa ou

contingenciadas pela própria existência humana, nascem, crescem e evoluem, representando, com precisão, o momento em que estão situadas”. (ALMEIDA, 2003, p. 01-02).

²² “As relações de consumo, que são relações jurídicas qualificadas pelo ato de consumir, as pessoas da intersubjetividade, que se localizam nos pólos ativo e passivo, são nominadas de *consumidor* e *fornecedor*. Só o vínculo entre eles é que se informa do dado de consumo. Ressalta-se, porém, que a relação jurídica de consumo é a mesma relação jurídica obrigacional, quando informada de um ato de consumir. O mandato configura uma relação jurídica entre o procurador-advogado, que vai prestar um serviço, e o mandante-cliente. Esta relação jurídica pode ser relação de consumo, se houver profissionalização na execução do serviço, mas não o será se o serviço prestado for gratuito. A relação é a mesma. Determinado aspecto é que a qualifica”. (NASCIMENTO, 1991, p. 13).

²³ “Produto é um bem, ou seja, a coisa que tem aptidão de satisfazer necessidades humanas. Não importa o tipo de necessidade, se vital, de lazer, etc. Neste conceito sócio-econômico, são produtos os alimentos em geral – que satisfazem necessidades de educação -, cigarros e bebidas alcoólicas – que satisfazem vícios pessoais – e tacos de golfe – que satisfazem o lazer. Tendo, como têm, valor econômico, podem ser objeto de uma relação jurídica entre pessoas, na especificidade de uma relação de consumo. São suscetíveis de circular das mãos do fornecedor para as do consumidor, como simples operação física, significando tradição da posse, ou como circulação jurídica, que impõe a mudança da titularidade dominical”. (NASCIMENTO, 1991, p. 15).

²⁴ “Serviço é prestação de uma atividade, é trabalhar em favor de outrem, com maior ou menor trato sucessivo. Para ingressar, porém, no que interessa, na lei de proteção ao consumidor, deve se localizar no mercado de consumo e ser remunerado. Quanto à localização, o serviço deve estar direcionado à aquisição ou utilização de um produto como seria, na última hipótese, o conserto de um automóvel ou, na primeira, o trabalho do corretor, intermediando a venda de um imóvel – ou à utilização do próprio serviço – o de um médico, como profissional liberal. Além do mais, deve ser serviço prestado com onerosidade, remunerado. O fato do serviço ser gratuito afasta-o do Código do Consumidor”. (NASCIMENTO, 1991, p. 16).

tendenciosa, diante das modernas e sofisticadas técnicas do mencionado marketing e merchandising. Já *do ponto de vista sociológico* é considerado *consumidor* qualquer indivíduo que frui ou se utiliza de bens e serviços, mas pertencente a uma determinada categoria ou classe social. Eis aí o elo de ligação entre o chamado “movimento trabalhista ou obreiro” ou ainda “sindicalista” e o “movimento consumerista”, vez que, por razões evidentes, a noção de melhor qualidade de vida pressupõe certamente o próprio poder aquisitivo para dar vazão ao desejo de consumir produtos e contratar serviços, em maior escala, e igualmente de melhor qualidade. Nas *considerações de ordem literária e filosófica* o vocábulo *consumidor* é saturado de valores ideológicos mais evidentes. E, com efeito, o termo é quase sempre associado à denominada “sociedade de consumo” ou “consumismo”, ou a próprio “consumerismo”. Nesses casos, o chamado *homem consumidor* torna-se o protótipo do indivíduo-autômato, condenado a viver numa sociedade opressora, voltada exclusivamente para a produção e distribuição de todos os valores com que lhe acena a sociedade produtora-consumista, eis que fundada na inexorável e mecânica aquisição pelo consenso posto, de molde a até criar, muitas das vezes, necessidades artificiais. (FILOMENO, 2007, p. 18-19).

Portanto, conceituar o consumidor mostra-se uma tarefa complexa, “pode-se dizer que a completa designação do amplo sentido da definição de consumidor começa no *caput* do artigo 2º, passa por seu parágrafo único, segue até o 17 e termina no 29”. (NUNES, 2005, p. 84).

Assim, o Código de Defesa do Consumidor traz um dos conceitos de consumidor no seu artigo 2º,²⁵ gerando polêmicas entre os doutrinadores, pois não define claramente o sentido da expressão destinatário final. Assim, nascem duas correntes doutrinárias para explicá-la: a finalista e a maximalista. (BESSA, 2009, p. 55).

Para a teoria finalista,²⁶ a destinação final do produto deve ser para o uso pessoal, ou seja, o bem não deve ser adquirido para fins econômicos, bem como uso profissional ou para uma possível revenda. O verdadeiro consumidor é aquele que adquire o bem para o uso individual. (ROSSETTI, 2001, p.128).

Deste modo, para a teoria finalista, o “destinatário final é aquele *destinatário fático e econômico* do bem ou serviço, seja ela pessoa jurídica ou física”. Por esta interpretação “*teleológica*, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência: é necessário ser destinatário final econômico do bem”, logo, “não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional”, senão “o bem seria

²⁵ Artigo 2º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo Único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.”

²⁶ Para os finalistas a expressão “destinatário final” deve ser interpretada de forma restrita, de tal maneira que o consumidor seja analisado como a parte vulnerável da relação, e de tal maneira que a proteção seja concedida primeiramente aos consumidores, justamente por estes serem o elo mais fraco da relação. (MARQUES, 2008, p. 68).

novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu”. (MARQUES, 2006, p. 304).

Nesse contexto, Thomaz sustenta que “a aquisição ou a utilização do produto ou serviço para o desempenho de atividade econômica descaracteriza a destinação final, afastando, pois, o enquadramento do negócio como relação de consumo”. Assim, deve-se observar as condições pelas quais esses produtos ou serviços foram adquiridos, não podendo ser caracterizados como bens de produção (insumos), mas sim como de bens de consumo. (2009, p. 48).

Ao contrário, a teoria maximalista defende que tal expressão diz respeito ao destinatário final fático e econômico. A condição de destinatário final se dá ao consumidor que adquirir o bem ou serviço tanto para uso pessoal como para uso econômico-profissional. Em virtude dessa teoria, estaria sob a proteção do Código de Defesa do Consumidor qualquer pessoa que usufruísse de produtos e serviços disponíveis no mercado. (BESSA, 2009, p. 55-56).

Os maximalistas entendem que as normas do Código de Proteção e Defesa do Consumidor não são apenas para tutelar o consumidor não-profissional, mas sim proteger a sociedade de consumo como um todo. O microsistema consumerista representa uma proteção diretamente ligada ao consumo, instituído em normas e princípios que buscam a proteção de todos os agentes do mercado, os quais, por vezes assumem o papel de consumidores, ora de fornecedores. (MARQUES, 2006, p.304-305).

Explica Thomaz que pela teoria maximalista

procura-se atribuir um conceito jurídico-objetivo de consumidor, dando-se uma interpretação ampla ao termo “destinatário final”, podendo ser a pessoa física ou jurídica que, ao adquirir ou utilizar um produto ou serviço, encerra objetivamente a cadeia produtiva; ou seja, o destinatário final seria aquele que retira o produto ou serviço do mercado. Para essa corrente, não importa perquirir a finalidade do ato de consumo, sendo irrelevante se a pessoa objetiva a satisfação de necessidades pessoais ou profissionais, se visa ou não o lucro ao adquirir ou utilizar o produto ou serviço. Também não interessa avaliar sua vulnerabilidade técnica, social ou econômica. Para os adeptos da teoria maximalista, a pessoa física ou jurídica que desenvolve atividade econômica somente deixará de ser considerada consumidora quando o produto ou serviço *integrar diretamente* o processo produtivo, ou, em outras palavras, quando se tratar de matéria-prima a ser transformada. (2009, p. 47).

No que tange ao parágrafo único do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, em que o texto menciona que, “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”, o legislador ampliou o conceito de consumidor, relacionando-se com a coletividade de pessoas que adquirem produtos ou utilizam serviços como destinatário final. Mesmo não sendo identificados, tais consumidores se enquadram em tal conceito, desde que, tenham de alguma forma, participado da relação de consumo. (NUNES, 2005, p. 84).

Assim, explica Filomeno que o parágrafo único do artigo 2º da legislação consumerista tem em “mira a universalidade, o conjunto de consumidores de produtos e serviços, ou mesmo grupo, classe ou categoria deles, e desde que relacionados a determinado produto ou serviço”. Portanto, apenas considera consumidor equiparado, aqueles que compõem a coletividade e que tenham adquirido ou se utilizado do produto ou serviço de modo individual. (2007, p. 33).

Em seu artigo 17, o Código de Defesa do Consumidor,²⁷ menciona os consumidores vítimas de acidente de consumo, trazendo que a responsabilidade causada em decorrência deste, é do fornecedor do produto ou serviço, ainda que o consumidor não tenha qualquer relação contratual com o mesmo. (BESSA, 2009, p. 69-70).

Observa-se que, na hipótese aludida pelo artigo 17 do microsistema consumerista, poderá acontecer um evento danoso causado por vício ou defeito²⁸ do produto, que venha a atingir o próprio consumidor direto como, também, o consumidor indireto, não havendo a necessidade de terem se utilizado ou adquirido o produto ou serviço. (ROSSETTI, 2001, p. 130). Portanto, o legislador estendeu o entendimento de consumidor àqueles que forem vítimas de um acidente de consumo²⁹, mesmo não sendo adquirentes ou utilizadores de produtos ou serviços prestados pelo fornecedor. (THOMAZ, 2009, p. 64).

Por fim, também é considerado consumidor o disposto no artigo 29³⁰ do Código de Defesa do Consumidor. Tal dispositivo supera os limites do conceito jurídico de consumidor para trazer uma noção de política legislativa. Visa “harmonizar os interesses presentes no mercado de consumo, para reprimir eficazmente os abusos do poder econômico, para proteger

²⁷ Artigo 17 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”.

²⁸ “Em outras palavras, trata-se simplesmente de um problema que faz com que o produto não funcione corretamente, que o torna impróprio para o uso e/ou que diminui o seu valor”. (THOMAZ, 2009, p. 226).

²⁹ “O fato do produto pressupõe uma repercussão externa, causando dano, prejuízo ao consumidor, desfalcando seu patrimônio ou atingindo algum atributo moral”. (THOMAZ, 2009, p. 226).

³⁰ Artigo 29 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “Para fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”.

os interesses dos consumidores finais”. Deste modo, “o legislador colocou um poderoso instrumento nas mãos daquelas pessoas (mesmo agentes econômicos) *expostas às práticas abusivas*.” Portanto, “mesmo não sendo ‘consumidores *stricto sensu*’, poderão utilizar as normas especiais do Código de Defesa do Consumidor, seus princípios, sua ética de responsabilidade social no mercado, sua nova ordem pública, para combater as práticas comerciais abusivas!” (MARQUES, 2007, p. 78-79).

Assim, o Código de Defesa do Consumidor à luz do artigo citado, estabelece que, “qualquer pessoa exposta às práticas comerciais atinentes à oferta, publicidade, práticas abusivas, banco de dados e cobrança de dívidas é considerada consumidora, como se fosse partícipe da relação de consumo.” (ROSSETTI, 2001, p. 130).

Por outro lado, tem-se o outro partícipe da relação de consumo, ou seja, o fornecedor.³¹ O Código de Defesa do Consumidor conceitua claramente fornecedor no *caput* do seu artigo 3º.³² No que diz respeito à “pessoa física” do fornecedor, tem-se, por exemplo, os profissionais liberais, sendo este “o prestador de serviço autônomo, que faz de seu conhecimento o instrumento de sua sobrevivência” e os empresários individuais, aqueles que “vendem produtos ou prestam serviços para aquelas pessoas que os adquirem ou os utilizam como destinatárias finais.” (THOMAZ, 2009, p. 67).

Ao analisar a “pessoa jurídica” fica claro que o legislador buscou generalizar todos os entes que se enquadraram nesse aspecto, à medida que o artigo 3º trata de pessoa jurídica como “pública ou privada, nacional ou estrangeira”, para que nenhuma pessoa jurídica ficasse excluída da legislação. (NUNES, 2005, p. 87-88).

Em relação aos “entes despersonalizados” são aqueles que “embora não dotados de personalidade jurídica, quer no âmbito mercantil, quer no civil exercem atividades produtivas de bens e serviços”. Por exemplo, consideram-se as massas falidas, à medida que forem

³¹ “Tem-se, por conseguinte, que fornecedor é qualquer *pessoa física*, ou seja, qualquer um que, a título singular, mediante desempenho de atividade mercantil ou civil e de forma habitual, ofereça no mercado produtos ou serviços, e a *jurídica*, da mesma forma, mas em associação mercantil ou civil e de forma habitual. Fala ainda o art. 3º do Código de Proteção ao Consumidor que, fornecedor pode ser *público ou privado*, entendendo-se no primeiro caso o próprio Poder Público, por si ou então por suas empresas públicas que desenvolvam atividades de produção, ou ainda as concessionárias de serviços públicos, [...] O mesmo dispositivo ainda abrange tanto os *fornecedores nacionais* como os *estrangeiros* que exportem produtos ou serviços para o País, arcando com a responsabilidade por eventuais danos ou reparos o importador que posteriormente poderá regredir contra os fornecedores exportadores (*vide*, por exemplo, o disposto pelo art. 12). Fornecedores são ainda denominados “*entes despersonalizados*”, assim entendidos os que embora não dotados de personalidade jurídica, quer no âmbito mercantil, quer no civil, exercem atividades produtivas de bens e serviços”. (FILOMENO, 2007, p. 47).

³² Artigo 3º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.

autorizadas a continuar exercendo suas atividades, e os espólios, cuja sucessão for representada por um inventariante. (FILOMENO, 2007, p. 47-48).

A natureza da pessoa jurídica não importa para que a mesma seja considerada fornecedora, qualquer sujeito de direito pode ser considerado fornecedor, basta que exerça atividades de fornecimento de produtos e serviços no mercado de consumo, habitual ou profissionalmente. (BESSA, 2009, p. 89). Nesse sentido, fornecedores são todos aqueles que, devido ao interesse de suprir as necessidades buscam de maneira constante propiciar a oferta de produtos e serviços no mercado de consumo. (FILOMENO, 2007, p. 35).

Ainda, importante mencionar o objeto da relação de consumo, ou seja, o produto, nos termos do § 1º,³³ do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, podendo ser “qualquer bem” que vem a se estender a todo e qualquer tipo de bem decorrente de uma relação de consumo. (THOMAZ, 2009, p. 89); e o serviço, previsto no § 2º,³⁴ do artigo 3º do mesmo diploma legal, representando que “o objeto da relação de consumo envolve aí uma ação a cargo do fornecedor, oferecida ao público em geral, realizada com intuito lucrativo/especulativo.” (THOMAZ, 2009, p. 91).

Com isso, observa-se que para se caracterizar a relação de consumo, necessariamente deve haver os seus partícipes, consumidor e fornecedor, bem como, é imprescindível que haja nesta relação certo objeto, que envolva produto ou serviço com vista a uma destinação final. Tal situação recebe um tratamento especial da lei com intuito de proteger o consumidor, em especial por sua principiologia.

1.3 Os princípios protetivos da relação consumerista

Os princípios de proteção ao consumidor, em sua grande parte, estão elencados no artigo 4º, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor e visam à proteção da pessoa nas

³³ Artigo 3º, §1º, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: [...] “Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”.

³⁴ Artigo 3º, §2º, do Código de Defesa do Consumidor: [...] “Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”.

relações de consumo. Dentre eles, destacam-se a dignidade da pessoa humana, a vulnerabilidade, a boa-fé objetiva, a transparência e o equilíbrio contratual.

A dignidade da pessoa humana constitui-se no fundamento do Estado Democrático de Direito, nos termos do artigo 1º, inciso III, da Carta Magna.³⁵ Assim, representa o maior valor de cunho constitucional, que deve ser preenchido “a priori”, ou seja, o ser humano há de ser digno somente pelo fato de ser pessoa, e acima de tudo, sua dignidade deve ser respeitada. (NUNES, 2005, p. 25).

Esse valor estende-se na medida em que, “proteção à vida, saúde e segurança são direitos que nascem atrelados ao princípio maior da dignidade, uma vez que, a dignidade da pessoa humana pressupõe um piso vital mínimo”. (NUNES, 2005, p. 123).

A pessoa humana encontra-se como valor maior do sistema jurídico merecendo proteção a sua dignidade. Pela lição de Kant ela deve ser vista como um fim³⁶ e não um meio, visto que “quando uma coisa tem preço, pode ser substituída por algo equivalente.” Contudo, quando “se acha acima de todo o preço [...] não admite qualquer equivalência, compreende uma dignidade”. (KANT, 2005, p. 65).

Verifica-se então, que a dignidade da pessoa humana³⁷ possui seu enquadramento além de um princípio constitucional, ou seja, além de um valor fundamental. Seu alcance abrange não somente normas definidoras de direitos e garantias, mas também deveres fundamentais. (SARLET, 2001, p. 70).

Em relação ao princípio da vulnerabilidade, o mesmo encontra-se disposto no inciso I do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor,³⁸ e busca proteger “a fragilidade dos consumidores, em face dos fornecedores, quer no que diz respeito ao aspecto econômico e de poder aquisitivo, quer no que diz respeito às chamadas informações disponibilizadas pelo próprio fornecedor ou ainda técnica”. (FILOMENO, 2007, p. 12). Portanto, “todo

³⁵ Artigo 1º da Constituição Federal: “A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos: [...] III – a dignidade da pessoa humana; [...]”.

³⁶ Pelo imperativo prático Kant explica que “age de tal maneira que possas usar a humanidade, tanto em tua pessoa como na pessoa de qualquer outro, sempre e simultaneamente como fim e nunca simplesmente como meio”. (KANT, 2005, p. 59).

³⁷ De acordo com Sarlet a dignidade da pessoa humana é muito mais ampla, de tal maneira salienta que: “Assim, quando se fala – no nosso sentido equivocadamente – em direito a dignidade, se está, em verdade, a considerar o direito a reconhecimento, respeito, proteção e até mesmo promoção e desenvolvimento da dignidade, podendo inclusive falar-se de um direito e uma existência digna, sem prejuízo de outros sentidos que se possa atribuir aos direitos fundamentais relativos à dignidade da pessoa. Por esta razão, consideramos que neste sentido estrito – de um direito à dignidade como concessão – efetivamente poder-se-á sustentar que a dignidade da pessoa humana não é e nem poderá ser, ela própria, um direito fundamental”. (2001, p. 71).

³⁸ Artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor: “A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde, segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo; [...]”.

consumidor, independentemente de sua condição social, cultural ou econômica, presume-se vulnerável (presunção absoluta) não se admitindo prova em contrário”. (THOMAZ, 2009, p. 38).

Neste sentido, é fácil o reconhecimento do consumidor como parte mais fraca da relação de consumo, começando pelo próprio conceito, vez que os consumidores “não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem submeter-se ao poder dos titulares destes”. Deste modo, “para satisfazer suas necessidades de consumo é inevitável que ele compareça ao mercado e, nessas ocasiões, submeta-se às condições que lhe são impostas pela outra parte, o fornecedor”. (ALMEIDA, 2003, p. 18).

Assim, por ser considerada a parte mais fraca da relação, o consumidor não pode ser tratado de igual forma aquela parte que detém os meios de produção, mas sim, com base no princípio constitucional da isonomia,³⁹ em que os desiguais devem ser tratados como desiguais, na medida de suas desigualdades. (ROSSETTI, 2001, p.126).

Nota-se que essa vulnerabilidade do consumidor é uma medida inicial ligada à concretização da igualdade, garantida no âmbito constitucional. Vulnerável, pois, o consumidor por ser a parte mais fraca da relação jurídica de consumo, e “essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico”. (NUNES, 2005, p. 125).

No mesmo contexto, “o âmbito da tutela especial do consumidor, efetivamente, é ele sem dúvida a parte mais fraca, vulnerável”. Por outro lado, “o detentor dos meios de produção é quem detém todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir, como produzir e para quem produzir, sem falar-se na fixação de suas margens de lucro”. (FILOMENO, 2007, p. 69).

Na sequência, ressalta-se o princípio da boa-fé objetiva, este se encontra positivado no inciso III do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor,⁴⁰ e determina um dever de

³⁹ De acordo com Marques a “igualdade supõe uma comparação, um contexto, uma identificação no caso, como na relação entre leigo e profissional, o consumidor e o fornecedor de produtos e serviços. A igualdade só pode ser abordada sob ponto de vista de uma comparação. [...] A igualdade perante a lei e a igualdade na lei só podem realizar-se hoje, no direito privado brasileiro, se existir a distinção entre fracos e fortes, entre consumidores e fornecedor, e se for efetivo um direito tutelar do consumidor, daí a importância desta nova visão tripartite do direito privado, que é centrada na dignidade da pessoa humana e na idéia de proteção do vulnerável, o consumidor”. (2007, p. 33).

⁴⁰ Artigo 4º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde, segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170 da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; [...]”.

conduta entre as partes contratantes, em que estas devem agir em conformidade com a lealdade e a honestidade em virtude de sua relação contratual. (ROSSETTI, 2001, p. 124).

A boa-fé objetiva protege a confiança depositada no contrato, momento que as partes devem agir de acordo com um padrão de correção e lealdade, considerando as “legítimas expectativas” geradas a outra, tanto na fase pré-contratual, como na contratual e pós-contratual. (MARTINS-COSTA, 1999, p. 411-412).

Pelo princípio da boa-fé objetiva,⁴¹ o comportamento dos contratantes deve ser “leal e fiel”, a fim de “garantir respeito à outra. É um princípio que visa garantir a ação sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão a ninguém, cooperando sempre para atingir o fim colimado no contrato, realizando os interesses das partes”. (NUNES, 2005, p.128).

A boa-fé objetiva é tratada como uma nova teoria contratual, em que não deve ser vista sob a ótica de satisfação de interesses individuais, mas sim, importa em analisar sua função econômica e social, exigindo-se das partes o intuito de “solidariedade, lealdade, transparência e cooperação.” (BESSA, 2007, p. 284).

O princípio da transparência, por sua vez, encontra-se no artigo 4º caput e inciso IV,⁴² bem como no artigo 6º, III⁴³ e 46,⁴⁴ todos do Código de Defesa do Consumidor, e ainda, no artigo 5º, XIV da Constituição Federal.⁴⁵ Esta proteção possibilita ao consumidor o conhecimento do produto ou serviços que estão sendo oferecidos pelo fornecedor, bem como, o dever de ser informado previamente sobre o conteúdo do contrato. (NUNES, 2007, p. 125).

O principal objetivo é a sinceridade da relação contratual, com o intuito de não causar danos às partes. “Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado”, significa, ainda, “lealdade e respeito nas relações entre fornecedores e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo.” (MARQUES, 2006, p. 714 - 715).

⁴¹ “Pelo *princípio da boa-fé* as partes devem celebrar o contrato com boas intenções, com os espíritos desarmados, desprovidos de quaisquer fins espúrios, visando o adequado atendimento de suas necessidades materiais e econômicas, de modo a propiciar a segurança ao pacto, com a preservação da integridade dos bens e direitos de cada parte. [...]” Essa é a boa-fé subjetiva. “E mais, a boa-fé deve nortear a conduta das partes não somente ao longo da execução do contrato, mas também durante as etapas que antecedem e sucedem a celebração, sendo, inclusive, bastante comum falar-se hoje em dia em *responsabilidade pré-contratual* e *responsabilidade pós-contratual*”, essa é a boa-fé objetiva. (THOMAZ, 2009, p. 31).

⁴² Artigo 4º do Código de Proteção e Defesa do consumidor: [...] IV – “educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo”.

⁴³ Artigo 6º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “São direitos básicos do consumidor: [...] III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”.

⁴⁴ Artigo 46 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance”.

⁴⁵ Artigo 5º da Constituição Federal: [...] XIV – “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”.

Assim, a transparência nas relações de consumo “implica na obrigação do fornecedor de dar ao consumidor pleno e prévio conhecimento acerca dos produtos e serviços que são oferecidos, bem como todas as condições que envolvem sua aquisição e utilização.” (THOMAZ, 2009, p. 38).

Trata-se do direito de o consumidor receber obrigatoriamente a informação⁴⁶ clara e precisa dos produtos e serviços quando disponibilizados no mercado de consumo, sejam eles na fase pré-contratual, antes da aceitação do consumidor, ou no momento da celebração do contrato. (ROSSETTI, 2001, p. 126-127).

Ainda, cita-se o equilíbrio contratual, referido no Código de Defesa do Consumidor, em vários momentos, a destacar os seguintes artigos: 6º, V, 39, V e X, e 51, IV.⁴⁷ (BESSA, 2008, p. 286). Por este princípio, busca-se a justiça contratual, ou seja, o equilíbrio das prestações quando já concluído o contrato e após começarem a surtir seus efeitos contratuais. Assim, a legislação consumerista instituiu normas que proíbem a utilização de cláusulas abusivas que pesem em vantagens ou até mesmo exageros em favor do fornecedor de bens e serviços. (MARQUES, 2006, p. 873).

Neste contexto, é passível compreender que o princípio do equilíbrio está elencado juntamente com o da boa-fé objetiva⁴⁸ no art. 4º, III⁴⁹ do Código de Defesa do Consumidor. Deste modo, admite-se que, “com o equilíbrio econômico pretende-se a existência de relativa proporção entre prestação e contraprestação”. Busca-se uma relação contratual justa. (BESSA, 2007, p. 286).

⁴⁶ “Informar é comunicar, é compartilhar o que se sabe de boa-fé, é cooperar com o outro, é tornar ‘comum’ o que era sabido apenas por um. Informar é dar ‘forma’, é exteriorizar o que estava interno, é compartilhar, é ‘comunico-are’, é chegar ao outro, é aproximar-se. [...] Daí ser o dever de informar dever oriundo da boa-fé e altamente valorado na complexa sociedade de riscos e da informação contemporânea, uma maneira de o direito reequilibrar a relação de consumo. Em resumo, o que existe atualmente nos contratos complexos contemporâneos é uma ‘necessidade de informação’, cuja compensação é regulada em detalhes pelo Código de Defesa do Consumidor através da imposição de um dever de informar”. (MARQUES, 2006, p. 772).

⁴⁷ Artigo 6º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “São direitos básicos do consumidor: [...] V – a modificação das cláusulas contratuais que estabelecem prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosa; [...]” Artigo 39 do CDC: “É vedado ao fornecedor de produtos e serviços, dentre outras práticas abusivas: [...] V – exigir do consumidor vantagem manifestamente expressa; [...] X – elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços”. Artigo 51 do CDC: “São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] IV – estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade; [...]”.

⁴⁸ “O princípio da boa-fé objetiva está previsto como pensamento regulador das relações contratuais (os contratantes têm o dever de se portar de acordo com os ditames da boa-fé) [...] O princípio da boa-fé objetiva como regra de conduta, rege as relações contratuais com a finalidade de proteger a confiança. Cabe ao intérprete analisar a conduta das partes para verificar se dentro do contexto do contrato ela se coaduna com a realização das legítimas expectativas”. (TONIAL, 2009, p. 188-189).

⁴⁹ Artigo 4º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: [...] “III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores”.

Portanto, a lei brasileira não exige que a cláusula tenha sido inserida no contrato por abuso do fornecedor. O ordenamento jurídico afasta apenas o desequilíbrio, ou seja, o resultado que essa cláusula venha proporcionar. Mesmo ocorrendo a aceitação consciente do consumidor perante tal cláusula, sendo esta abusiva, não prevalecerá à autonomia da vontade, pois quando excessiva tal cláusula em favor do fornecedor estará contrariando as normas de ordem pública do Código de Defesa do Consumidor. (MARQUES, 2006, p. 874).

Com a análise de tais princípios observa-se que o objetivo do sistema é a proteção do consumidor, buscando sempre a melhor forma de se consolidar uma relação de consumo entre as partes, protegendo-o por ser o pólo mais fraco. De um modo mais específico, cabe abordar esta relação no que tange a situação de superendividamento.

2 O SUPERENDIVIDAMENTO E SUAS CAUSAS

A sociedade atual caracteriza-se pelo consumo desenfreado com intuito de satisfazer desejos, trazer bem-estar e status pessoal. Está-se diante do consumir por consumir, momento que as pessoas buscam uma posição de vida cada vez mais satisfatória para o seu conforto e satisfação pessoal. Mas, não percebem que acabam perdendo o controle de suas obrigações, e caindo num estado de insolvência em relação as suas dívidas.

2.1 Superendividamento: noção e espécies

O superendividamento constitui-se na assunção de inúmeras obrigações pelo consumidor, momento que seu orçamento não se mostra, mais, capaz de adimplir a todos os compromissos. Essa situação agrava a tal ponto, que o inadimplemento chega ao patamar de definitivo, exaurindo toda a renda mensal e formando um passivo inadmissível.

O vocábulo *superendividamento* revela o fato de ocorrer um endividamento “super [ior]” relacionado ao orçamento mensal dos consumidores. De acordo com Marques e Cavallazzi, o termo é “baseado na expressão francesa,⁵⁰ *surrendettement* (França) e na germânica, *Überschuldung* (Alemanha)”. (2006, p. 14).

O estudo da palavra superendividamento, também, pode ser realizado pelo aspecto onomasiológico,⁵¹ e no sentido jurídico-semasiológico.⁵² No primeiro, o superendividamento é tido como um “estado de passividade obrigacional”. Observa-se que o consumidor “superendividado é aquele que possui muitas dívidas que compõem o pólo passivo de diversas prestações, podendo ou não vir a inadimpli-las.” Para tanto, analisa-se nesse aspecto,

⁵⁰ Costa explica a origem francesa da palavra “superendividamento” de acordo com o *Vocabulaire* de Cornu, referindo que advém de “surrendettement”, que por sua vez, “é um neologismo constituído a partir das palavras *sur* (do latim *super* indicando aqui acumulação, excesso, sobrecarga) e *endividamento*. O neologismo dá a idéia de uma carga insuportável, tendo-se em vista o montante das rendas do consumidor, endividado além dos limites razoáveis”. (2002, p. 106).

⁵¹ “Isto é, o seu uso corrente para a designação de um fato, traz a percepção de um estado de passividade obrigacional”. (GIANCOLI, 2008, p. 120).

⁵² Quando 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 tornem exigíveis”. (GIANCOLI, 2008, p. 120).

a simples passividade obrigacional, e o superendividamento não se torna um problema em si. (GIANCOLI, 2008, p. 120).

Assim, “a expressão superendividamento do consumidor passará a ter relevância jurídica quando a idéia de passividade obrigacional for agregada ao fenômeno de inadimplemento obrigacional”, momento que, essa idéia de inadimplência obrigacional está ligada ao superendividamento no ponto de vista jurídico-semasiológico, ao qual, o consumidor se vê impossibilitado de cumprir com as suas obrigações. (GIANCOLI, 2008, p. 120).

Entretanto, não se pode confundir a semelhança da palavra superendividamento com o simples endividamento, pois possuem significados distintos. O primeiro é superior ao normal, é um problema enfrentado pela atual sociedade de consumo, num mundo globalizado desde o final do século XX, fenômeno este, que surpreende pela tamanha rapidez com que se expande. (PEREIRA, 2006, p. 159).

Do mesmo modo, não se pode caracterizar a situação de uma pessoa superendividada pelo simples atraso em um pagamento, ou seja, o atraso temporário, mas sim, ao inadimplemento duradouro, fatos que não são mais passíveis de controle por parte do consumidor, chegando este, ao inadimplemento definitivo. (GIANCOLI, 2008, p. 46).

O superendividamento trata da inadimplência por parte dos consumidores em relação às suas dívidas, ou seja, a incapacidade de cumprir com as suas obrigações, vez que, ultrapassam o limite de suas rendas e patrimônio pessoais. O passivo se torna impagável. (CARPENA; CAVALLAZZI, 2006, p. 328-329).

Neste sentido, superendividado⁵³ é sempre o consumidor, ou seja, a “pessoa física que contrata a concessão de um crédito, destinado à aquisição de produtos ou serviços que, por sua vez, visam atender a uma necessidade pessoal, nunca profissional do adquirente”, que agiu de boa-fé, e por sua vez, não conseguiu pagar seus débitos. (CARPENA; CAVALLAZZI, 2006, p. 329).

Logo, o superendividamento⁵⁴ pode ser compreendido como “a impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e

⁵³ Costa salienta que, a “situação de superendividamento” não é definida, mas “caracterizada” na lei francesa. O Code de la consommation indica que a situação de superendividamento é “caracterizada pela impossibilidade manifesta para o devedor de *boa-fé* de fazer face ao conjunto de suas dívidas não profissionais exigíveis e a vencer” (art. L. 331-2, grifei). (2006, p. 232).

⁵⁴ De acordo com Santos revela a “situação em que a pessoa física tem o seu ativo circulante (rendas) inferior aos valores devidos aos seus credores (a curto e a longo prazo), deixando um passivo a descoberto. Independentemente de seu

futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos).” Ressalta-se que é um fenômeno social e jurídico que precisa ser regulamentado pelo direito. (MARQUES, 2006, p. 256).

Dessa forma, o termo superendividamento define uma prevenção⁵⁵ para que o consumidor não declare a sua insolvência civil, permitindo assim, a sua manutenção, bem como, a administração e utilização de seus bens, até que estes sejam totalmente dissolvidos passivamente. (GIANCOLI, 2008, p. 87).

Ressalta-se que tal fenômeno deve ser encarado tanto como um problema social, quanto um problema jurídico. Neste ínterim, verifica-se que:

O superendividamento do consumidor surge como a face negra da democratização do crédito ao consumo. Tão antigo como a história do crédito, esse fenômeno tornou-se um problema coletivo relevante quando da massificação do crédito. Por isso, ele deve ser encarado tanto como um problema social, como um problema jurídico, justamente porque a idéia de ser devedor sempre esteve associada ao sentimento de fracasso, de infelicidade, de pobreza, de indignidade humana. (GIANCOLI, 2008, p. 09).

Cumprido destacar que o superendividamento pode ser caracterizado pela figura de *ativo* e *passivo*. O superendividamento ativo, “é proveniente de uma acumulação inconsiderada de dívidas”. (COSTA, 2006, p. 246). Acontece em face da “má administração do orçamento doméstico que é quando o consumidor abusa do crédito e consome muito acima de suas possibilidades.” (BERTONCELLO; LIMA, 2006, p. 203).

imobilizado (bens imóveis). Capazes de influir na manutenção de suas despesas mais básicas em sua subsistência. Sendo vista pelo regime contábil de competência, onde se antecipam os encontros de receitas e despesas, mesmo não ocorrendo o recebimento e o vencimento destas últimas num determinado período”. (2005, p. 02).

⁵⁵ “Este estado é um fenômeno social e jurídico a necessitar algum tipo de saída ou solução pelo direito do consumidor, e exemplo do que aconteceu com a falência e a concordata no direito da empresa: seja por meio de parcelamento, prazos de graça, redução de montantes, dos juros, das taxas, seja por todas as demais soluções possíveis para que possa pagar ou adimplir todas ou quase todas as suas dívidas em face de todos os credores, fortes e fracos, com garantias ou não. Tais soluções, que vão desde informação e controle da publicidade, direito de arrependimento, tanto para prevenir como para evitar a ruína do parceiro (exceção da ruína), que seria sua ‘morte civil’, sua exclusão do mercado de consumo ou sua ‘falência’ civil com o superendividamento”. (MARQUES, 2006, p. 256-257).

No que diz respeito ao superendividamento ativo, Oliboni ressalta que:

é proveniente de uma “acumulação inconsiderada de dívidas”, desde que de boa-fé. O indivíduo, na busca de manter um padrão de dignidade que ele mesmo se impõe, se endivida em demasia. Na maioria das vezes, o consumidor até detecta o endividamento antes de contratar, porém contrata impelido pela necessidade. Seja necessidade real ou necessidade criada pelos costumes ou pela mídia. (2006, p. 347).

Na mesma linha de pensamento, em virtude da doutrina europeia, verifica-se que o superendividamento ativo se dá “quando o consumidor abusa do crédito e consome demasiadamente acima das possibilidades de seu orçamento, sendo que, mesmo em condições normais, não teria como fazer face às suas dívidas assumidas” (MARQUES, 2006, p. 258).

Contudo Costa esclarece que, “hoje, este tipo de superendividamento, chamado ativo, está em via de desaparecimento progressivo. Ou melhor, o fenômeno do superendividamento mudou de perfil”. Este aspecto ativo do superendividamento vem se tornando cada vez menor, dando lugar ao superendividamento passivo cada vez mais crescente nos dias atuais, como se destaca a seguir. (2006, p. 246-247).

Já, o superendividamento passivo está “ligado a uma redução brutal de recursos devido às *áreas* da vida”. (COSTA, 2006, p. 246). Em virtude disto, pode-se observar que decorre de “acidentes da vida no curso do contrato, a exemplo de divórcio, separação, desemprego, redução de salário, morte ou doença de familiares.” (LIMA; BERTONCELLO, 2006, p. 203). Logo, o superendividamento passivo não tem como origem o abuso nas despesas ou a administração falha do orçamento, mas sim um acidente da vida.

Deste modo, “tanto os acidentes da vida (desemprego, redução de salários, divórcio, doenças, acidentes, mortes nascimentos de filhos, etc.)” quanto o “o abuso de crédito podem criar uma crise de solvência ou de liquidez (baixa imprevisibilidade dos recursos, alta das taxas de juros, alta ou baixa do dólar, necessidade de empréstimos suplementares etc.) para indivíduos e para famílias”, das classes média e pobre, trazendo a “impossibilidade de fazer frente ao conjunto de seus débitos atuais e futuros, impossibilidade de pagamento (*défaut*) de boa-fé, que a doutrina corretamente denominou de sobreendividamento, ou como prefiro superendividamento”. (MARQUES, 2006, p. 258-259).

Com isso, o superendividamento passivo⁵⁶ ocorre “se o consumidor não contribuiu ativamente para o aparecimento dessa crise de solvência e de liquidez”. (MARQUES, 2006, p. 258). Nesta hipótese, o superendividamento “resulta de uma diminuição fortuita dos recursos do devedor, seguida de eventos imprevisíveis no momento em que as dívidas foram contratadas”. Aponta-se como exemplo dessas situações, “desemprego, doença, acidente, óbito do cônjuge ou do concubino, divórcio ou separação”. (COSTA, 2002, p. 118).

Tal fenômeno vem se tornando cada vez mais crescente em relação ao consumidor, em que este “não sofre de excesso voluntário de dívidas, mas consequência da diminuição sensível de seus recursos pela precarização dos empregos e pelo fracionamento/ruptura das unidades familiares.” (LIMA; BERTONCELLO, 2006, p. 204-205).

Em suma, ao analisar o superendividamento ativo vê-se que o consumidor se torna “voluntariamente endividado e, no segundo caso, no passivo, é levado ao estado de insolvência por circunstâncias alheias à sua vontade. Em qualquer das hipóteses, permita-se frisar, o devedor possui capacidade econômica inferior ao montante total do débito.” (CARPENA; CAVALLAZZI, 2006, p. 329).

Portanto, o superendividamento é a impossibilidade de o devedor pessoa-física, cumprir com suas obrigações de consumo, tornando-se um inadimplente em relação às suas dívidas. Obrigações estas, ocasionadas ora por uma má administração de seu orçamento, ora por, uma grande redução de recursos devido a contingências da vida.

2.2 Causas que levam o consumidor ao superendividamento

O consumismo, na sociedade atual, é um dos fatores decisivos para a consolidação do superendividamento, na medida em que, o consumidor é convencido através de propagandas a consumir. Os apelos publicitários criam desejos nas pessoas, além de suas necessidades, fazendo com que se submetam a consumir, com o intuito de ser mais valorizadas frente à sociedade, preocupando-se apenas pelo ter, e não pelo ser.

⁵⁶ Neste mesmo contexto Oliboni destaca que, “o superendividamento é uma redução brutal dos recursos devida às áleas da vida. É o superendividamento passivo, causado pelo desemprego, pelo divórcio, por uma doença ou morte na família, etc., que impossibilita o cumprimento das obrigações já assumidas”. (2006, p. 348).

Frente a essa realidade, vislumbra-se que a oferta de crédito fácil e rápido traduz-se numa importante causa de superendividamento. (CONSALTER, 2006, p. 357). “O acesso facilitado ao crédito no Brasil, associado a outros fatores sociais e, principalmente, às altas taxas aplicadas sobre o capital tomado”. (OLIBONI, 2006, p. 345). Contribuem para que se concretize uma situação de inadimplência, que se agrava até levar o consumidor ao patamar de superendividado.

O superendividamento está diretamente ligado as múltiplas formas de financiamento:

A um consumo consideravelmente intenso corresponde o recurso a múltiplas formas de financiamento. A gestão financeira apresenta-se mais elaborada porque também o são os meios de pagamento utilizados. Os cartões de débito e de crédito e os cartões de loja com vertente crédito coexistem com contas-ordenado, créditos pessoais, crédito à habitação, crédito automóvel e crédito contraído junto de particulares. Aos créditos mais tradicionais, de menor risco e taxa de juros mais baixa adicionam-se produtos financeiros mais modernos e arriscados e, por isso, também mais caros. E tanto são utilizados na compra de casa, como no pagamento de cuidados de saúde, da alimentação e dos serviços básicos, ou no financiamento das atividades de lazer (férias, viagens, equipamentos para esqui etc.). o multiendividamento marcava a vida financeira destes indivíduos agora sobreendividados. (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 26).

Nessa senda, o crédito ao consumidor mostra-se como o motivo mais relevante do superendividamento, momento em que existe uma “liberação desmensurada” do mesmo, provocando o uso do dinheiro que o consumidor não tem. (PEREIRA, 2006, p. 161).

Dessa forma, o consumidor deve

travar três diferentes batalhas: uma contra si mesmo e seu desejo de “ter”, outra contra a avalanche virtual da publicidade via televisão, Internet, telefone, etc.; e uma terceira contra um ataque físico, quando, caminhando pelo centro da cidade, é incessantemente abordado por homens e mulheres de panfleto em punho. De efeito, o endividamento é fenômeno intrínseco à sociedade atual, na qual o cidadão adquire status em sua comunidade na proporção dos bens que consome: quem tem mais é mais! (CONSALTER, 2006, p. 357-358).

Ainda, cita-se como causa do superendividamento a valorização social do consumo. Tal situação faz com que a pessoa acredite que o consumo⁵⁷ representa uma oportunidade de estar incluído no meio social, fazendo com que ele adote práticas de consumo que não condizem com sua individualidade e muito menos com o seu orçamento. Tal consumo não consta em sua lista de necessidades, mas, a não realização do mesmo mostra-se, muitas vezes, como uma forma de prejuízo, por não ser incluído em determinado grupo social ou até mesmo no que diz respeito ao seu bem-estar psicológico. (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 25).

Também, o estímulo publicitário leva às compras irrefletidas ou irracionais⁵⁸. (COSTA, 2006, p. 249). Assim, observa-se que, “pagar parcelado tornou-se um hábito, ou até uma boa forma de viver”, ademais, “o crédito permite ascender a um nível de vida superior, permite adquirir sem esperar”, desta forma, o consumidor é iludido⁵⁹ por inúmeras necessidades engajadas a um desejo de conforto e de adquirir novas comodidades. (COSTA, 2002, p. 88).

No mesmo sentido, o crédito não apenas atende como também cria necessidades, logo,

o crédito concedido a consumidores não apenas atende como também cria “necessidades”, vinculado que está o padrão de consumo a uma identificação do sujeito como pertencente à certa classe social. Se o crédito é “fácil”, o endividamento também o será (...). Com efeito, a perspectiva de deslocar para o futuro o momento do pagamento e até de fracioná-lo conduz ao consentimento precipitado, ao consumo irrefletido, desnecessário e muitas vezes incompatível com a capacidade econômica do consumidor. (CARPENA; CAVALLAZZI, 2006, p. 328).

Por outro lado, o superendividamento não se deve a apenas uma causa, “já que o devedor deve fazer frente ao conjunto de obrigações derivadas de aquisição de bens e serviços de primeira necessidade, créditos hipotecários, carros, móveis etc. e, inclusive, decorrentes do

⁵⁷ “Todo esse processo de viver para consumir tem um preço que, no nosso sistema capitalista, todo indivíduo tem que pagar – o consumidor gasta muito mais do que pode a sua (muitas vezes frágil) capacidade financeira, embrenhando-se em um terreno altamente perigoso. Com dívidas cada dia maiores e nome inscrito nos cadastros de maus pagadores, o consumidor perde, paulatinamente, a capacidade de sair deste estado de inadimplência. Instala-se um ciclo vicioso – as dívidas impedem a concessão de novos créditos para o pagamento das antigas dívidas, surgindo, assim, um enorme problema – o acúmulo destas com o aparecimento de outras. O resultado deste processo cria uma figura bizarra – um consumidor totalmente endividado, sem nenhum poder de compra (inclusive para satisfação de necessidades básicas), portador de dívidas enormes e de angústias ainda maiores”. (MARIMPIETRI, 2009, p. 69-70).

⁵⁸ “O estímulo publicitário, que leva às compras irrefletidas ou irracionais, é uma e talvez a principal dessas causas. Pensemos nas políticas econômicas recessivas e concentradoras de renda, nas ondas de desemprego em massa, no acidente familiares, como uma doença, o divórcio ou a separação, a morte de parentes”. (COSTA, 2006, p. 249).

⁵⁹ Assim, “há uma forte publicidade para a aquisição de bens de consumo e até créditos oferecidos de forma irresponsável que não esclarecem ou focam convenientemente o risco que a pessoa também assume”. (TESSLER, 2006, p. 378).

abusivo e incorreto uso do cartão de crédito.” Aliam-se a estas “causas não-econômicas, tais como falta de informação e educação dos consumidores, rupturas familiares, acidentes ou enfermidades crônicas etc.” (BATELLO, 2006, p. 226).

Ainda, “destaca-se o crescente superendividamento das pessoas, que ocorre em razão de perda de renda, separação familiar, doenças e demais imprevistos da vida”. (TESSLER, 2006, p. 378).

Deste modo, percebe-se que o superendividamento possui inúmeras causas, podendo ocorrer por diversas formas:

Casos fortuitos (perda de emprego, doenças, separações entre casais, aplicações mal-sucedidas) ou simplesmente des controle das contas do tomador, prejudicando o adimplemento de despesas rotineiras, como aluguel, luz, água, condomínio, impostos e as receitas previstas: salários, rendas e outras fontes esperadas (as quais podem se transformar em créditos de liquidação duvidosa, não merecendo adentrar ao conceito exposto), que compõem o resultado num lapso temporal. (SANTOS, 2005, p. 02-03).

Certamente, a causa mais importante do superendividamento relaciona-se à idéia de que o consumidor deve consumir produtos e serviços, e acaba, automaticamente, endividando-se. Nessa linha, “o endividamento é um fato inerente à vida em sociedade, ainda mais comum na atual sociedade de consumo”. Assim, “para consumir produtos e de serviços, essenciais ou não, os consumidores estão – quase todos – constantemente se endividando”. A economia vigente é a do endividamento. Logo, “consumo e crédito são duas faces de uma mesma moeda, vinculados que estão no sistema econômico e jurídico de países desenvolvidos e de países emergentes, como o Brasil”. (MARQUES, 2006, p. 1236).

Com isso, “o crédito ao consumo promove um colossal crescimento da produção, mas gera um flagelo social do *superendividamento* do consumidor” (COSTA, 2006, p. 231), relevando um paradoxo: “o crédito para o consumo se apresenta, de um lado, como motor do processo capitalista, financiando a atividade econômica”, já, por outro lado, “como fonte de abusos por parte do fornecedor, ensejando a elaboração de novas teorias e normas disciplinadoras dessa relação”. (CARPENA; CAVALLAZZI, 2006, p. 328).

A realidade social revela que quando a pessoa encontra certa estabilidade financeira em seu orçamento familiar, ela busca no “crédito” uma maneira de adquirir bens e serviços

que melhorem a condição de vida da sua família e seu bem-estar pessoal. No entanto, há sempre o risco de algo correr mal, impedindo-o de cumprir com seus compromissos financeiros, fato pelo qual, o superendividamento acaba sendo inevitável. (FRADE; MAGALHÃES, 2006, p. 25).

Por outro lado, nos dias atuais, a sociedade encontra-se intensamente convencida de que precisa consumir para ser feliz. As promessas, as facilidades, as propagandas, destacam em seu bojo uma maneira fácil da pessoa ter o que sempre se quis: carros do ano, tênis de marca, roupas de grife, sugam a mente do consumidor fazendo com que o mesmo necessite desses meios para obter uma vida completa de felicidade. (MARIMPIETRI, 2009, p. 70).

Nesse sentido, Bessa destaca que o consumidor ao invés de ser tratado como uma pessoa é visto como apenas um número, ou seja, mais um que pode adquirir. Os apelos publicitários⁶⁰ não buscam informar, mas convencer para consumir. (2009, p. 31).

Diante dessa falta de informação, ou de fazer uma escolha errônea, o consumidor se torna impossibilitado e, ao mesmo tempo fica estimulado a gastar, pois não têm controle absoluto de suas finanças, e acaba adquirindo certos bens que não são necessários, fazendo com que esse mero desejo seja uma prioridade essencial para a sua vida. (COSTA, 2006, p. 230).

Um bom exemplo é a evolução acelerada dos meios tecnológicos, mais especificamente na área da informática. Dentro do qual seu rápido progresso faz com que se possa ter um controle da privacidade do consumidor, seus gostos, desejos, hábitos, fazendo assim com o que o próprio fornecedor induza o consumidor a consumir os bens que sempre desejou, comprando-os por impulso, e não por necessidade. (BESSA, 2009, p. 31).

A necessidade que o indivíduo possui muitas vezes é imposta pela busca de uma dignidade que ele mesmo se impõe e, na maioria das vezes, é influenciada pela mídia. Assim, percebe o endividamento antes de contratar, mas do mesmo modo contrata, pois é impelido por um grande desejo e não pela sua necessidade. (OLIBONI, 2006, p. 347).

Ainda ressalta-se como causa do superendividamento, “a ausência de políticas públicas voltadas, principalmente, para a geração de novos postos de emprego e para o acesso à educação”. (CONSALTER, 2006, p. 358).

⁶⁰ “Surtem, diariamente, novas técnicas e procedimentos abusivos de venda de produtos e serviços. As publicidades, a cada dia, informam menos e, em proporção inversa, se utilizam de métodos sofisticados de *marketing*, o que resulta em alto potencial de indução a erro do destinatário da mensagem e, até mesmo, na criação da necessidade e desejo de compra de bens e serviços supérfluos ou com pouca utilidade real”. (BESSA, 2009, p. 31).

Portanto, vários são os fatores pelos quais o consumidor é convencido a consumir e chegar à condição de superendividado. Alguns são condizentes à vontade de consumir, outros independem dessa vontade e decorrem de contingências da vida. Entretanto, em todos os casos a consequência é a mesma: a falta de quitação de suas obrigações devido à escassez de recursos.

2.3 A boa-fé do consumidor superendividado

O devedor de boa-fé é aquele que, na condição de consumidor não tem a intenção de prejudicar o fornecedor, nem tão pouco de não cumprir com suas obrigações. Contudo, a sociedade, num viés preconceituoso, vê o consumidor endividado como aquele que meramente deixou de cumprir às suas obrigações com o intuito de obter vantagem, e acabam afastando-o do convívio social.

Inicialmente, destaca-se que tanto no superendividamento ativo, quanto no passivo, “se exige a boa-fé, esta compreendida não como um estado de ânimo do sujeito, mas como comportamento leal, cooperativo, correto, enfim, a boa-fé objetiva” (CARPENA; CAVALLAZZI, 2006, p. 329).

Deste modo, “a boa-fé objetiva tutela a confiança depositada na relação contratual e impõe o dever da parte de agir com retidão, lealdade e honestidade, importando-se com os interesses dos demais”. Assim, “mediante seu conteúdo de eticidade, mostra-se como um instrumento que impede qualquer comportamento abusivo das partes”. (TONIAL, 2009, p. 190-191).

Neste sentido, deve-se analisar, “a boa-fé como regra de conduta fundada na honestidade, na retidão, na lealdade e, principalmente, na consideração para com os interesses do *alter*”, visto como um membro do conjunto social que é juridicamente tutelado”. Assim, “se insere a consideração para com as expectativas legitimamente geradas, pela própria conduta, nos demais membros da comunidade, especialmente no outro pólo da relação obrigacional”. (MARTINS-COSTA, 2000, p. 412).

Em face disso, observa-se que ao tratar do superendividamento a “boa-fé ganha uma coloração própria”, momento que, se mostra necessário perquirir na relação de consumo, a causa e qual “o elemento intencional que evidencia seu conhecimento [...] e sua vontade de solucionar o conjunto de suas dívidas cujo total é excessivo, tendo-se em conta os recursos do devedor”. (GIANCOLI, 2008, p. 102).

Logo, cabe fazer a distinção entre consumidores superendividados de boa-fé e de má-fé. Os primeiros foram “aprisionados por uma espiral de endividamentos, agravaram sua situação para pagar dívidas antigas”. Por outro lado, os de má-fé de modo voluntário “tomaram vários empréstimos que representavam uma carga nitidamente superior à totalidade de seus recursos ou aqueles que, já em estado de insolvência notória, tomaram empréstimos para efetuar novas despesas”. (COSTA, 2002, p. 118).

Entretanto, o consumidor superendividado, tanto o de boa-fé como o de má-fé se torna um excluído do meio social ao qual convive. “Seja por uma situação ou por outra, o consumidor superendividado torna-se um excluído socialmente, passa a amargurar uma angústia existencial, uma impotência diante da vida, sobrevivendo abaixo de um padrão de dignidade”. (OLIBONI, 2006, p.348).

A sociedade vê o consumidor endividado de maneira que ele seja uma pessoa que se mune de artimanhas para dar “calote” nos fornecedores. Um esbanjador, um gastador, que não possui controle algum de suas dívidas e tão pouco se importa com os débitos pendentes. A solução social e jurídica seria a simples execução do mesmo, para que com seus bens pague as dívidas. (COSTA, 2006, p. 247-248).

Perante a sociedade, o devedor é tido como um fracassado, ele acaba não sendo contratado por determinadas empresas, por estar inscrito em algum órgão de proteção de crédito, acarretando um descontrole ainda maior em suas finanças pela falta de emprego. Condição esta que abala a sua autoestima e fere a sua dignidade como pessoa humana. (MARIMPIETRI, 2009, p. 71).

Costa destaca que, a sociedade acaba fechando os olhos para estes consumidores superendividados esquecendo-se das causas que realmente o levaram a tal situação. Vê-se que, “é muito fácil atribuir a inadimplência às causas internas, esquecendo-se das causas externas do problema. É muito fácil esquecer que os produtos e serviços e o próprio crédito [...] foram ofertados por meio de poderosos aparatos de *marketing*”. (2006, p. 248).

Assim, deve-se analisar os fatores que levaram o consumidor a tal ponto para perquirir a boa-fé⁶¹ do mesmo, devendo ela ser apreciada não somente na situação atual, mas sim, retroagindo no tempo e definindo os motivos pelos quais o superendividamento apareceu e se desenvolveu. (COSTA, 2002, p. 117).

Deste modo, “o consumidor superendividado é considerado apenas aquele que apesar de clara demonstração de sua boa-fé objetiva, traduzida em ações demonstrativas do seu *animus solvendi*, precisa de apoio e crédito para reorganizar sua vida financeira”. (MARIMPIETRI, 2009, p. 71).

Em virtude disso, muitas vezes, “o crédito, apresentado como uma possibilidade para todos os consumidores de ter acesso aos produtos oferecidos pela sociedade da abundância” e do consumo, como status social, na sequência “se transforma em um mecanismo de exclusão social”, isolando das relações de trabalho, de lazer, de acesso ao crédito aquele consumidor superendividado. (COSTA, 2002, p. 89).

A exclusão social atribuída pelo superendividamento faz com que o devedor se torne um excluído financeiro, ou seja, não obtenha mais crédito algum, pois a este não é mais dada confiança no meio em que vive. O endividado se torna um “sem-crédito”, situação que o leva a problemas físicos e psicológicos gerando assim mais custos sociais, ocasionando o desemprego e até mesmo a troca efetiva de emprego. (TESSLER, 2006, p. 378).

Logo, no “problema social do superendividamento do consumidor, o princípio da boa-fé se impõe em todos os sentidos. A solidariedade e a luta contra as exclusões são imperativos nacionais”. (COSTA, 2006, p. 251).

Assim, muitas vezes, os consumidores endividados são injustiçados pela sociedade, justamente, pelo fato de não analisar as situações pelas quais eles passaram para chegar ao posto de superendividados. Na maioria das vezes, segundo estudos, são por fatores desfavoráveis à vontade do indivíduo, ou seja, estes agem de boa-fé, e acabam se superendividando. Contudo, na condição de pessoas humanas merecem proteção e respeito à sua dignidade.

⁶¹ No mesmo sentido, explica Giancoli: “é importante notar, que a cumulação de numerosos créditos não abala a presunção de boa-fé, tendo-se em vista que uma situação de superendividamento pressupõe a acumulação de dívidas. Desse modo, a boa-fé deve ser apreciada não somente no momento da apresentação da demanda, mas também deve ser avaliada no passado do consumidor, quer dizer, é preciso investigar o momento no qual o superendividamento aparece e se desenvolve”. (2008, p. 103).

3 MEIOS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO

É relevante observar que o superendividamento está cada vez mais concentrado na sociedade atual, denominada de sociedade de consumo. Esse contexto revela a importância de estabelecer normas que protejam o consumidor contra as práticas abusivas que o levam a endividar-se, bem como, que o ajudem a recuperação de sua situação de insolvência das obrigações contratuais.

3.1 A proteção do consumidor superendividado frente ao Código de Defesa do Consumidor

O ordenamento consumerista brasileiro não conta com normas específicas sobre o tema do superendividamento, mas apresenta em seu contexto modos iniciais de defesa ao consumidor superendividado, por meio de medidas que possam evitar tal situação, em virtude da política geral de proteção adotada em todo o microssistema.

Neste sentido, destacam-se as disposições do artigo 6º, inciso IV⁶² do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, que “dispõe ser direito básico do consumidor a proteção contra métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.” Mas essa proteção básica que tem o consumidor, muitas vezes, é difícil de ser concretizada, pois existe uma grande quantidade de oferta em relação ao crédito, e geralmente, com juros abusivos. Assim, o consumidor que deseja celebrar um novo contrato, acaba aceitando a tal oferta, mesmo sem a clareza do produto ou serviço ofertado. (OLIBONI, 2006, p. 349).

Logo, a proteção ora disponibilizada ao consumidor abrange os seguintes aspectos: “a publicidade enganosa⁶³ e abusiva;⁶⁴ os métodos comerciais coercitivos ou desleais, que nada

⁶² Artigo 6º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “São direitos básicos do consumidor: [...] IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”.

⁶³ “A característica principal da publicidade enganosa, segundo o Código de Defesa do Consumidor, é suscetível de induzir o consumidor ao erro, mesmo por suas ‘omissões’. A interpretação dessa norma deve ser necessariamente ampla, uma vez que

mais são do que as práticas⁶⁵ e cláusulas abusivas⁶⁶ ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”. (THOMAZ, 2009, p. 136).

Em especial, quanto à publicidade, o artigo 6º, inciso IV, por um lado, garante a proteção básica do consumidor contra a publicidade abusiva e enganosa, e por outro, o artigo 37⁶⁷ proíbe toda a publicidade enganosa ou abusiva, vez que, tal mecanismo não necessita ser cumulado para se configurar como ilícito por parte do fornecedor, bastando apenas um desses atributos para ocorrer a ilicitude da conduta. (THOMAZ, 2009, p. 136).

Para tanto, o oferecimento de certas facilidades ao consumidor, mais especificamente, em virtude da oferta, acabam ocasionando danos ao mesmo, e devem ser coibidas através da proteção oferecida pelo Código de Defesa do Consumidor, elencada no artigo 6º, inciso IV. (OLIBONI, 2006, p. 349).

E é justamente pelo fato da publicidade⁶⁸ ser um ato primário que induz o consumidor a consumir⁶⁹ que a norma deve ser respeitada não sendo permitida a prática abusiva⁷⁰ e enganosa⁷¹. (NUNES, 2005, p. 131).

o “erro” é uma falsa noção da realidade, falsa noção esta potencial, formada na mente do consumidor por ação da publicidade”. (MARQUES, 2006, p. 804).

⁶⁴ Nesta feita, “trata-se de uma noção plástica, em formação. Por um critério residual, em matéria publicitária patológica, pode-se afirmar que abusivo é tudo aquilo que, contrariando o sistema valorativo da Constituição e das leis, não seja enganoso”. (FILOMENO, 2007, p. 351).

⁶⁵ “As práticas abusivas constituem comportamentos irregulares do fornecedor de produtos ou serviços, que se revelam totalmente incompatíveis com a boa-fé com que este deve se comportar”. (THOMAZ, 2009, p. 319).

⁶⁶ “Parte da doutrina sugere como sinônimas as expressões cláusulas vexatórias, cláusulas onerosas ou cláusulas excessivas. Apartando, incisivamente, os institutos do abuso do direito e as cláusulas abusivas, afirma ser abusiva a cláusula notoriamente desfavorável ao consumidor, [...] não se restringindo aos contratos de adesão, mas a todo e qualquer contrato de consumo, escrito ou verbal”. (BONATTO, 2004, p. 34-35).

⁶⁷ Artigo 37 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedade, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. § 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incentive a violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança”.

⁶⁸ “Dois elementos são essenciais em qualquer publicidade: difusão e informação. Um é o elemento material da publicidade, seu meio de expressão. O outro é seu elemento finalístico, no sentido de que é informando que o anunciante atinge o consumidor, mesmo quando se está diante de técnicas *nonsense*. Sem difusão não há falar em publicidade, vez que o conhecimento de terceiros é inerente ao fenômeno. Um anúncio que permanece fechado a sete chaves na gaveta do fornecedor não merece a atenção do direito do consumidor. Aquilo que se conserva secreto não é publicidade. Do mesmo modo, sem que traga um conteúdo mínimo de informação, não se deve falar em publicidade”. (BENJAMIN, 2007, p. 194).

⁶⁹ Assim, “captando a atenção do público consumidor, informando ou persuadindo, divulgando, promovendo o produto ou serviço e estimulando ao consumo, certo é que a publicidade tem clara feição e finalidade comercial: é ato negocial de um profissional consciente no mercado de consumo massificado”. (MARQUES, 2006, p. 802).

⁷⁰ “No que tange a abusividade, a publicidade deve ser sóbria, ética. Isto é, não deve conter mensagens preconceituosas, de qualquer natureza, ou então violar os valores mencionados no próprio dispositivo legal retrocolacionado. Nota-se que a enumeração dele constante é meramente exemplificativa e não taxativa, já que os valores e costumes variam de acordo com a dinâmica social, bem como relação ao meio em que as mensagens são veiculadas”. (FILOMENO, 2007, p. 181).

⁷¹ Verifica-se que, “não se exige prova de enganabilidade real, bastando a mera enganabilidade potencial (capacidade de indução ao erro); é irrelevante a boa-fé do anunciante, não tendo importância o seu estado mental, uma vez que a enganabilidade, para fins preventivos e reparatórios, é apreciada objetivamente; alegações ambíguas, parcialmente verdadeiras ou até literalmente verdadeiras podem ser enganosas; o silêncio – como ausência de informação positiva – pode ser enganoso; uma prática pode ser considerada normal e corriqueira para um determinado grupo de fornecedores e, nem por

Protege também a codificação consumerista contra as cláusulas abusivas em contratos de adesão. Citam-se, como exemplo, os contratos bancários, em que as cláusulas são redigidas, muitas vezes, sem a apresentação prévia de seu conteúdo,⁷² fato este que gera a nulidade das mesmas, quando impostas abusivamente, conforme artigo 51 do Código de Defesa do Consumidor.⁷³ (FILOMENO, 2007, p. 147).

Ainda ressalta-se, a proteção oferecida pelo artigo 51 em seu inciso IV⁷⁴ com relação à prevenção do tratamento do superendividamento, momento que impõe a cláusula geral da boa-fé objetiva no ordenamento brasileiro. Sendo assim, “a criação da boa-fé objetiva do dever de cooperação e lealdade permite o reescalonamento da dívida do consumidor a fim de permitir a quitação da mesma de forma a garantir a sobrevivência digna do cidadão superendividado”. (OLIBONI, 2006, p. 351).

Outro dispositivo que merece relevância são os artigos 43 e 44,⁷⁵ que tratam dos bancos de dados.⁷⁶ Embora a norma seja clara, muitas vezes, não é obedecida pelos fornecedores, por meios maliciosos ou por certa negligência. Assim, do montante da dívida já vencida fazem um novo parcelamento para o consumidor objetivando a quitação, mas no momento desse novo parcelamento, o consumidor já se encontra incluso como inadimplente nos bancos de dados. (MARQUES, 2006, p. 823).

Obviamente que estes bancos de dados não ameaçam apenas aos consumidores “negativados”, e que geram tão somente a prática de consumo, todavia é com acesso a esses dados que o fornecedor invade os espaços da vida societária em um aspecto geral. Os fornecedores dispõem de uma análise completa do consumidor através dos bancos de dados, objetivando o consumo e, muitas vezes, confundindo a privacidade de cada indivíduo com o mercado onde tudo está à venda. (BENJAMIN, 2007, p. 416).

isso, deixar de ser enganosa; o standard de enganiosidade não é fixo, variando de categoria a categoria de consumidores (por exemplo, crianças, idosos, doentes, rurícolas e indígenas são particularmente protegidos)”. (BENJAMIN, 2007, p. 203).

⁷² “A informação a respeito das características, qualidade, funcionamento, preço, etc. é elemento essencial dos produtos e serviços. Os contratos têm de ser apresentados previamente ao consumidor de forma clara”. (NUNES, 2005, p. 130).

⁷³ Artigo 51 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços: [...]”.

⁷⁴ Artigo 51 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: [...] “IV – estabelecem obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade”.

⁷⁵ Artigo 43 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “O consumidor, sem prejuízo do disposto no art.86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre suas respectivas fontes. [...]”. Artigo 44 do Código e Proteção e Defesa do Consumidor: “Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo publica e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor”.

⁷⁶ “Estes bancos de dados, positivos e negativos, são apenas a ponta do *iceberg* do endividamento, pois, assim como eles servem para ‘privar o consumidor de crédito’, servem para fazer comércio com as dificuldades e dados privados alheios, servem para monitorar os hábitos de consumo, servem para invadir a privacidade de consumidores especiais (ricos, idosos, homossexuais, doentes) e servem para conceder mais crédito aos que já estão superendividados ou em vias de se superendividarem”. (MARQUES, 2006, p. 832).

Já, o artigo 46⁷⁷ diz respeito à regulamentação do conhecimento prévio⁷⁸ do conteúdo do contrato por parte do consumidor; o artigo 52⁷⁹ envolve a outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor; e o artigo 54, §§ 3º e 4º,⁸⁰ disciplina o contrato de adesão. Os mencionados dispositivos guardam estreita ligação com o artigo 6º, III,⁸¹ no que tange ao direito básico a informação. (OLIBONI, 2006, p. 350).

Logo, é obrigação do fornecedor, antes de concluir o contrato de consumo, oferecer ao consumidor a apresentação prévia do conteúdo do mesmo, bem como, suas consequências e possíveis sanções, por eventual inadimplemento de prestação, de maneira que fique clara a sua compreensão. Caso essa oportunidade não seja dada, o consumidor não ficará obrigado a cumprir as prestações assumidas. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2007, p. 553).

No que tange ao artigo 52 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, o objetivo da apresentação prévia do conteúdo do contrato é deixar o consumidor plenamente consciente quanto à contratação à vista, por crédito ou financiamento do negócio jurídico, analisando suas vantagens e possíveis prejuízos. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2007, p. 624).

De acordo com o artigo 54, § 3º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor é essencial a clareza das cláusulas contratuais, pois além de possibilitar ao consumidor um fácil entendimento com a simples leitura, faz com que o fornecedor não venha a sofrer possíveis prejuízos no que se refere ao dever de esclarecimentos por parte deste. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2007, p. 635).

⁷⁷ Artigo 46 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance”.

⁷⁸ Deste modo, “o fornecedor deverá ter a cautela de oferecer oportunidade ao consumidor para que, antes de concluir o contrato de consumo, tome conhecimento do conteúdo do contrato, com todas as implicações consequenciais daquela contratação no que respeita aos deveres e direitos de ambos os contratantes, bem como das sanções por eventual inadimplemento de alguma prestação a ser assumida no contrato. Não sendo dada essa oportunidade ao consumidor, as prestações por ele assumidas no contrato, sejam prestações que envolvam obrigação de dar como de fazer ou não fazer, não obrigam”. (JÚNIOR, 2007, p. 553).

⁷⁹ Artigo 52 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequada sobre: I – preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional; II – montante de juros de mora e da taxa efetiva anual de juros; III – acréscimos legalmente previstos; IV – número e periodicidade das prestações; V – soma total a pagar, com e sem financiamento”.

⁸⁰ Artigo 54 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: “Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas também tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo. § 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. § 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão”.

⁸¹ Artigo 6º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: [...] “III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como os riscos que apresentem”.

E no que diz respeito ao § 4º do artigo 54 da legislação consumerista, verifica-se a necessidade de destaque especial às cláusulas vantajosas ou desvantajosas para o consumidor, sendo apontadas com caracteres de cores diferentes das demais do contrato, ou qualquer outro meio que possibilite grifar para uma melhor compreensão. (OLIVEIRA JÚNIOR, 2007, p. 637).

Ainda, há de se destacar a proteção oferecida do artigo 6º, V,⁸² do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, que disponibiliza a possibilidade de alteração das cláusulas, ou seja, a revisão do contrato quando o mesmo for considerado excessivamente oneroso,⁸³ confrontando a tal dispositivo, o artigo 480 do Código Civil,⁸⁴ buscando-se o equilíbrio contratual. (OLIBONI, 2006, p. 351).

Assim, é de suma importância que sejam respeitadas e aplicadas as normas da codificação consumerista, pois elas podem prevenir a situação de superendividamento, trazendo a clareza, o consentimento e a confiança em relação ao negócio jurídico.

Desta forma, cabe ao direito prever uma regulamentação específica para o consumidor superendividado, pois, a proteção presente no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, embora efetiva, mostra-se insuficiente para tutelar esta situação. Como perspectiva para fazer frente a esta lacuna do ordenamento jurídico, passa-se a abordar uma solução apresentada pelo direito comparado, mais especificamente o direito francês.

3.2 O superendividamento no direito comparado

No direito comparado, optou-se por analisar o sistema francês de direito de proteção ao consumidor superendividado, desde a sua criação, delimitando alguns aspectos relevantes em relação a essa defesa, bem como, os métodos de tratamento utilizados por este país.

⁸² Artigo 6º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: [...] “V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosa”.

⁸³ “É lógico que a modificação ou revisão das cláusulas do contrato, conforme previsto na norma retrocitada, somente pode ocorrer, se não houver consenso entre as partes, através da ação específica, na qual buscar-se-á restabelecer o equilíbrio contratual, oportunizando, desse modo, que o pacto cumpra com a sua função social de fazer circular a riqueza, sem configurar-se um prejuízo individualizado no consumidor, vulnerável na relação, e, em consequência, sem que, da mesma forma, individualize-se, na figura do fornecedor, o enriquecimento sem causa”. (BONATTO, 2004, p. 87).

⁸⁴ Artigo 480 do Código Civil: “Se no contrato as obrigações couberem a apenas uma das partes, poderá ela pleitear que a sua prestação seja reduzida, ou alterado o modo de executá-la, a fim de evitar a onerosidade excessiva”.

No que se refere ao superendividamento, o ordenamento jurídico francês possui uma legislação especial criada em 31 de dezembro de 1989,⁸⁵ que define a situação de superendividamento como aquela “caracterizada pela impossibilidade manifesta pelo devedor de boa-fé⁸⁶ de fazer face ao conjunto de suas dívidas não profissionais exigíveis e não pagas”. (COSTA, 2002, p. 10).

O sistema francês encaminhou um “sistema de alívio do consumidor”, com intuito de facilitar os pagamentos e oferecer benefícios para os devedores, dando início com a simples menção dos planos de negociação entre credores e devedores, sem oferecer qualquer tipo de liberação de crédito. Somente a partir de 1999, que as Cortes começaram a impor a liberação de certas parcelas de débitos não pagas pelo consumidor. Assim, esse alívio imposto ao consumidor tem sido aplicado com moderação, vez que, as cortes francesas possibilitam o pagamento de todo o débito em longo prazo. E, a partir de fevereiro de 2004, uma pequena parcela que possuía problemas financeiros veio a ser liberada imediatamente da totalidade de seus débitos. (KILBORN, 2006, p. 93).

Esse novo sistema adotado para o tratamento do superendividamento tem por objetivo restabelecer o consumidor em seu meio social, assim como, melhorar a sua situação financeira.⁸⁷ Deste modo, o legislador se abstém do rigor do “princípio da força obrigatória das convenções”,⁸⁸ fazendo com que as forças administrativas e judiciárias não adotem medidas extremas na fase de execução dos contratos, aliviando assim, o consumidor superendividado em relação às suas dívidas. (COSTA, 2002, p. 107).

No sistema francês, a legislação especial do superendividamento possui três premissas a serem aplicadas. A primeira, diz respeito à condição do consumidor-devedor estar de boa-fé,⁸⁹ e ter assumido uma dívida não profissional. Estabelecido tal requisito, parte-se para a segunda, em que se estabelece um prazo para que o consumidor de boa-fé possa recuperar-se

⁸⁵ “Na França, à ocasião de um projeto de lei oriundo do governo denunciava-se em 1989 que aproximadamente duzentas mil famílias se encontravam em situação de desespero financeiro, à beira da completa exclusão social”. (PEREIRA, 2006, p. 170).

⁸⁶ Deste modo, “a boa-fé objetiva é uma espécie de pré-condição abstrata de uma relação ideal. Toda vez que no caso concreto, por exemplo, o magistrado tiver de avaliar o caso para identificar algum tipo de abuso, deve levar em consideração essa condição ideal *a priori*, na qual as partes respeitam-se mutuamente, de forma adequada e justa”. (NUNES, 2005, p. 128).

⁸⁷ “A lição mais importante do direito comparado é que em face da crise de solvência da pessoa física-leigo, ou consumidor, dois são os caminhos possíveis: ‘temporizar’, reescalando, planejando, dividindo ou reduzindo as dívidas a pagar, perdendo os juros, as taxas ou mesmo o principal, em parte ou totalmente, a depender do patrimônio e das possibilidades do devedor, sempre reservando a ele um mínimo existencial (*reste à vivre*)”. (MARQUES, 2006, p. 290).

⁸⁸ “A obrigatoriedade da convenção, ou seja, o estipulado pelas partes deverá ser cumprido, sob pena de execução patrimonial contra o inadimplente”. (RIZZARDO, 2006, p. 19).

⁸⁹ “Não há uma definição unânime de boa-fé: alguns autores exigem que a boa-fé seja somente procedimental, isto é, leva-se em conta somente a sinceridade da declaração de superendividamento feita pelo devedor junto a Comissão, ao passo que para outros autores é necessária a boa-fé de natureza contratual, em que se levaria em conta o comportamento global do devedor”. (LIMA, 2010, p. 31).

extrajudicialmente, oferecendo-lhe soluções administrativas e um plano de pagamento, sendo que, apenas a este, sejam excluídas dívidas não fiscais, bem como de alimentos, ou as provenientes de delitos. A terceira premissa observa de que maneira o crédito foi concedido ao consumidor, se foi fornecido de forma responsável ou abusiva, se foram dadas as informações necessárias, dentro dos moldes legais, ou se o consumidor desconhece a forma econômica, bem como a cobrança de juros estipulada nos contratos. Neste aspecto, pode ocorrer a redução de juros cobrados, assim como, a perda do preço e lucro do crédito. (MARQUES, 2006, p. 291-292).

Desta forma, o processo começa com o pedido do devedor perante as Comissões de Superendividamento, com que será discutido o estado de superendividamento do mesmo. Tais comissões analisam se o consumidor possui os requisitos legais para acionar tal mecanismo.⁹⁰ Se aceito, compete à comissão buscar uma possível conciliação entre as partes, atribuindo-lhes uma nova forma de pagamento das dívidas, que poderá determinar a redução de juros, perdão das dívidas, bem como, mecanismos para que o devedor não venha agravar a sua situação em consonância a tal acordo.⁹¹ (GIANCOLI, 2008, p. 141-142).

Assim, o consumidor que se apresentar como superendividado poderá dar início ao procedimento perante a Comissão⁹², em fase administrativa obrigatória, preenchendo o formulário, onde disponibilizará a situação de seu ativo e passivo,⁹³ bem como, documentos que comprovem a atual situação em que o mesmo se encontra, como comprovantes de salário, extratos bancários, declaração de imposto de renda, etc. (LIMA, 2020, p. 30-31).

Diante disso, quando estabelecido com precisão o estado de superendividamento do devedor,⁹⁴ a Comissão tem total liberdade para propor as negociações em relação a cada

⁹⁰ “A comissão deve decidir quanto à admissibilidade do procedimento, avaliando a regularidade formal do procedimento e se o devedor realmente se encontra em situação de superendividado, caracterizado pela impossibilidade manifesta de pagar o conjunto de suas dívidas não profissionais exigíveis e a vencer (art. L 331-3, alínea 2, do Código de Consumo)”. (LIMA, 2010, p. 32).

⁹¹ “O plano, nos termos do art. L. 331-6, alínea 2, do Código de Consumo, pode comportar medidas de reescalonamento das dívidas, extinção das dívidas, redução ou supressão da taxa de juros, consolidação, criação ou substituição da garantia. O prazo é livremente convencionado pelas partes, não havendo limite máximo estabelecido por lei”. (LIMA, 2010, p. 35).

⁹² “A Comissão Administrativa, segundo os termos do art. L. 331-1, alínea 2, do Código de Consumo, é composta por membros que exercem função de natureza pública, quais sejam o representante do Estado no departamento, o tesoureiro geral, o vice-presidente, o diretor local do banco da França, o diretor departamental dos serviços fiscais e um membro indicado pela Associação de Consumidores”. (LIMA, 2010, p. 30).

⁹³ “A apreciação da situação do superendividamento do devedor é feita de modo extensivo, isto é, comparando-se todos os elementos do ativo e do passivo do patrimônio do devedor. No ativo são considerados os bens imóveis e os rendimentos presentes e futuros (salários, aposentadoria ou pensão, rendimento de aluguel etc.). Em relação ao passivo, consideram-se todas as dívidas não profissionais, incluindo-se aquelas relacionadas às despesas de subsistência, como água, luz, alimentação, transporte, condomínio, entre outras, bem como aquelas decorrentes de empréstimos concedidos pelos estabelecimentos de crédito”. (LIMA, 2010, p. 32).

⁹⁴ “A partir da admissão do procedimento, a Comissão passa a se dedicar, mais detalhadamente, à avaliação do estado de endividamento do devedor com vistas à conciliação sobre um plano de pagamento entre o devedor e seus credores, podendo: a) levantar o seu estado de endividamento (art. L. 331-3, alínea 3, do Código de Consumo), conforme o ativo e passivo

caso.⁹⁵ O plano de pagamento de dívidas deve sempre limitar-se a capacidade do devedor, a ponto deste conseguir manter o seu sustento e de sua família. (LIMA, 2010, p. 33).

À medida que o plano estipulado encontra-se em execução e o devedor vem a não cumprir, os credores têm o direito de cobrar individualmente os seus créditos, porém, o devedor insolvente poderá solicitar junto à Comissão a abertura de um novo processo. Se aceito, cabe agora a comissão requerer junto ao juiz a suspensão das execuções. No caso de não conciliação pelas partes, avança-se para a fase judicial onde novamente dispõe da iniciativa do devedor, em que este irá requerer à Comissão, para que esta proponha ao juiz de execução a apresentação de seu passivo aos credores. (GIANCOLI, 2008, p. 143-144).

Observa-se que, na França, a questão da inadimplência do devedor, em virtude do direito das obrigações, dá ao juiz a competência para diminuir as sanções que se referem ao devedor inadimplente, ou seja, quando a pena que tiver sido convencionalizada for manifestadamente excessiva, poderá o juiz moderá-la. Salienta-se que, segundo a jurisprudência francesa em seu artigo 1.152 do Code Civil, “o juiz pode, mesmo de ofício, moderar a pena que estiver sido convencionalizada se ela for manifestadamente excessiva”. (COSTA, 2002, p. 65).

Em consonância a isto, o juiz poderá tomar várias decisões na fase judicial, podendo requerer de várias entidades a situação em que se encontra o endividado; novos prazos para pagamentos das dívidas; exonerar o devedor de dívidas, concedendo-lhe o perdão total ou em partes das dívidas não fiscais, e nem de alimentos; solicitar à Comissão uma nova tentativa de conciliação entre as partes; e substituir o plano da Comissão pelo seu plano de reconstrução do passivo. (GIANCOLI, 2008, p. 144).

É mister, também, destacar a proteção do consumidor na fase de formação do contrato de crédito de consumo, tanto no Brasil quanto na França em que a lei fixa a apresentação do

declarado; b) ouvir qualquer pessoa que lhe pareça útil (art. L 331-4, alínea 4, do Código de Consumo); c) publicar uma convocação aos credores (art. L 331-3, alínea 5, do Código de Consumo); d) obter informações junto a órgãos da administração pública, seguridade e previdência social, estabelecimentos de crédito, serviços encarregados de centralizar os riscos bancários e os incidentes de pagamento (art. 331-3, alínea 6, do Código de Consumo); e) encarregar os organismos de seguridade social a proceder uma investigação social (L. 331-3, última alínea, do Código de Consumo)”. (LIMA, 2010, p. 33).

⁹⁵ “O artigo L.331-7 do Código do Consumo Francês enuncia as medidas que a Comissão do Superendividamento poderá adotar. Entre, elas destacam-se as seguintes: 1- Reescalamento do pagamento das dívidas ou mesmo o deferimento do pagamento de algumas delas durante o prazo máximo de oito anos; 2- Afetação dos pagamentos prioritariamente ao capital; 3- Fixação de taxas de juros mais reduzidos (mesmo inferiores à taxa legal) para os débitos já reestruturados, quando a situação do devedor assim o exija; 4- Redução, no caso de venda forçada da habitação do devedor onerada por hipoteca constituída a favor de instituição bancária, do remanescente em dívida para com o credor hipotecário, considerando, para o efeito, as disponibilidades financeiras do devedor. A mesma decisão pode, em certas circunstâncias, ser adotada no caso de venda amigável; 5- Sujeição do devedor a um conjunto de comportamentos destinados a garantir o pagamento das dívidas e a evitar o agravamento da sua situação do superendividamento”. (GIANCOLI, 2008, p. 144).

conteúdo do contrato de maneira clara e compreensível, sendo que as regras de interpretação das cláusulas devem ser mais favoráveis ao consumidor. Contudo, na França o legislador julgou insuficiente apenas a obrigação geral da informação, assim, o *Code de La Consommation* obriga ao credor a imposição de informações especiais para o consumidor compreender melhor e proteger o seu consentimento em matéria de crédito ao consumo, no momento de concluir o contrato. (COSTA, 2002, p. 56).

Com isso, o formalismo informativo, é muito mais rigoroso na França, visto que

a oferta, estabelecida segundo modelos típicos, fixados pelo Comitê de Regulamentação Bancária, deve mencionar, segundo o art. L. 311-10 do *Code de La Consommation*, a identidade das partes e, sendo o caso, dos fiadores. Ela deve precisar o montante de crédito e eventualmente de suas frações periodicamente disponíveis, a natureza, o objeto e as modalidades do contrato, sendo o caso, as condições do seguro, o custo total do crédito, sua taxa efetiva global, as despesas de dossiês, as despesas das prestações. A policitação deve indicar, sendo o caso, o bem ou a prestação de serviços financiados e, reproduzindo certas disposições legais, deve informar ao consumidor a respeito do prazo de reflexão (*délai de réflexion*) que ele dispõe. Este formalismo protetivo é sancionado por normas penais e por uma original e rigorosa sanção civil. (COSTA, 2002, p. 59).

Portanto, no direito comparado francês⁹⁶, observa-se uma maior preocupação em relação ao superendividamento, demonstrando uma proteção de maior eficácia no que diz respeito a evitar tal situação, protegendo o consumidor desde o princípio de sua relação de consumo. Assim, vê-se a intenção da legislação francesa de auxiliar o consumidor superendividado de boa-fé a saldar as suas obrigações e com isso, voltar ao convívio social, revelando respeito à dignidade da pessoa humana.

3.3 Anteprojeto de lei para a proteção do consumidor superendividado

Ainda, em sede de perspectivas sobre o assunto, destaca-se no Brasil a existência de um anteprojeto de lei que visa em primeiro lugar, a aplicação plena do princípio

⁹⁶ Para Costa a França em relação a sua ordem jurídica é o “país dos direitos humanos”. (2002, p. 59).

constitucional da dignidade da pessoa humana, elencado no artigo 1º, inciso III, da Constituição Federal, com relação ao devedor superendividado de autoria das juristas Cláudia Lima Marques, Clarissa Costa de Lima e Karen Rick Danielevicz Bertoncello.

Tal anteprojeto leva em consideração que o superendividamento vem se expandindo, e em decorrência disto, causa a exclusão social do consumidor, que não consegue mais manter suas despesas básicas como alimentação, luz, água, saúde, entre outras. Assim, considerando o elevado índice de pobreza em decorrência dos contratos de consumo e de crédito, deve o Estado assegurar a proteção da parte mais vulnerável, regulando o superendividamento. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 348).

Observando o disposto no artigo 4º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor,⁹⁷ deve-se dar ênfase ao “estudo constante das modificações do mercado de consumo”, bem como, a rápida evolução social, o acentuado índice de linhas de crédito ao consumidor pessoa física, que por um lado gera o desenvolvimento econômico, e por outro causa consequências desfavoráveis ao consumidor, e a expansão da oferta em virtude da evolução dos meios tecnológicos. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 348).

E mais, o consumidor tem direito de receber informações corretas das eventuais condições que antecedem e dão continuidade ao contrato, e assim, poder decidir por vontade própria e liberdade, conforme artigo 6, inciso II, e artigo 52, ambos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, sempre observando o princípio da boa-fé. Logo, mostra-se de suma importância apresentar um anteprojeto de lei, que dispõe “sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 348-349).

Primeiramente, é de grande relevância destacar que as normas previstas no anteprojeto não excluem as do ordenamento regulado no Código de Defesa do Consumidor e demais disposições legais acerca do direito do consumidor,⁹⁸ mas sim, deve ser aplicada a que for

⁹⁷ Artigo 4º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor: [...] “VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo”.

⁹⁸ Artigo 1º do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 349).

mais favorável ao consumidor, visto que ele não pode renunciar de forma alguma, os direitos que lhes são conferidos.⁹⁹ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 349-350).

Para tanto, o anteprojeto menciona as situações de superendividamento decorrentes de contratos que não terão a proteção ao consumidor, quais sejam: as relacionadas aos imóveis financiados sejam para aquisição ou manutenção do mesmo, assim como os garantidos por hipoteca; as pertinentes aos bens móveis, quando arrendados ou locados, créditos que resultem de transação na justiça ou outra autoridade pública, empréstimos ou financiamentos repassados por um empregador ao seu empregado.¹⁰⁰ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 350)

Destaca-se, também, a conceituação de termos relevantes no referido anteprojeto, dentre eles: superendividado;¹⁰¹ superendividamento;¹⁰² dívidas de consumo;¹⁰³ mínimo existencial;¹⁰⁴ boa-fé,¹⁰⁵ contidas no artigo 5º, bem como os princípios assegurados no artigo 6º,¹⁰⁶ e os direitos básicos do consumidor, presentes no artigo 8º, tais como, receber informações e aviso prévio em virtude do crédito pretendido, receber uma oferta escrita com

⁹⁹ Artigo 2º do Anteprojeto que dispõe que sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 350).

¹⁰⁰ Artigo 3º do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 350).

¹⁰¹ Artigo 5º do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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: é 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.” (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 350).

¹⁰² Artigo 5º, alínea ‘b’ do Anteprojeto: “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.” (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 350).

¹⁰³ Artigo 5º, alínea ‘c’ do Anteprojeto: “dívidas de consumo: são 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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 351).

¹⁰⁴ Artigo 5º, alínea ‘d’ do Anteprojeto: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 351).

¹⁰⁵ Artigo 5º, alínea ‘e’ do Anteprojeto: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 351).

¹⁰⁶ Artigo 6º do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 351).

todos os dados do crédito, direito de arrependimento, proteção contra a publicidade abusiva e enganosa, entre outras.¹⁰⁷ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 350-352).

Dispõe, ainda, o anteprojeto de lei, sobre a prevenção do superendividamento, em seu Capítulo II, a proibição da promoção de endividamento, da publicidade abusiva e da enganosa.¹⁰⁸ Em contrapartida, existe o dever de informação e de conselho por parte do fornecedor e qualquer outro intermediário de crédito, pelo qual deverá dar ao consumidor todas as informações necessárias,¹⁰⁹ assim como, avaliar a situação do consumidor de forma responsável no momento da celebração do contrato.¹¹⁰ Também, deverá aconselhar a forma

¹⁰⁷ Artigo 8º do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 351-352).

¹⁰⁸ Artigo 9º, 10 e 11 do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: Artigo 9 - “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 352-353).

¹⁰⁹ Artigo 12 do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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 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; 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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 353).

¹¹⁰ Artigo 13 do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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

mais benéfica para findar o contrato, visto que pela oferta prévia,¹¹¹ o fornecedor deverá dispor ao consumidor todas as condições ofertadas pelo mesmo. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 352-354).

Ressalta-se que, a incumbência do ônus da prova será do fornecedor, que deverá fazer a prova do cumprimento das prerrogativas expostas anteriormente, momento que a não entrega de cópia do contrato ao consumidor, caracterizará seu descumprimento.¹¹² Para tanto, o consumidor terá o prazo de sete dias para desistir do contrato de crédito daquele consignado¹¹³ em folha de pagamento¹¹⁴ que é uma realidade social, e três dias nos contratos em que o montante das prestações forem superiores a seis,¹¹⁵ sem a necessidade de exposição

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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 353).

¹¹¹ Artigo 15 do Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 354).

¹¹² Artigo 17 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 356).

¹¹³ Artigo 1º da Lei 10.820 de 17 dezembro de 2003, que dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências: “Os empregados regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, poderão autorizar, de forma irrevogável e irretirável, o desconto em folha de pagamento dos valores referentes ao pagamento de empréstimos, financiamentos e operações de arrendamento mercantil concedidos por instituições financeiras e sociedades de arrendamento mercantil, quando previsto nos respectivos contratos. § 1º O desconto mencionado neste artigo também poderá incidir sobre verbas rescisórias devidas pelo empregador, se assim previsto no respectivo contrato de empréstimo, financiamento ou arrendamento mercantil, até o limite de trinta por cento. § 2º O regulamento disporá sobre os limites de valor do empréstimo, da prestação consignável para os fins do caput e do comprometimento das verbas rescisórias para os fins do § 1º deste artigo”.

¹¹⁴ Artigo 18 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 356).

¹¹⁵ Artigo 19 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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

dos motivos pela sua desistência, sendo esta, facilitada pelo fornecedor. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 356).

Quando, descumprido parcialmente o contrato de compra e venda, bem como, o de fornecimento de serviços, poderá o consumidor depois de notificar o fornecedor, e deste não ter obtido a satisfação esperada, arguir exceção de contrato não cumprido, postular a redução do montante do crédito, ou ainda, a deliberação do contrato de crédito, ficando desobrigado a reembolsar o valor recebido anteriormente pelo vendedor.¹¹⁶ Assim, os fornecedores respondem solidariamente pelo fornecimento de crédito não previsto no contrato, ficando sujeitos às sanções elencadas no artigo 23 do anteprojeto de lei.¹¹⁷ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 357-358).

Dispõe, ainda, o anteprojeto de lei em seu capítulo III, sobre o tratamento do superendividamento, ou seja, a reestruturação do passivo do consumidor em que ao Estado caberá a proteção, com o objetivo de regular as suas dívidas e obrigações.¹¹⁸ Desta proteção serão excluídas as dívidas fiscais, de alimentos, parafiscais, e as relacionadas a atividades profissionais.¹¹⁹ Só serão beneficiados a tal mecanismo os consumidores de boa-fé, cujo ato

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. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 356-357).

¹¹⁶ Artigo 21 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 357-358).

¹¹⁷ Artigo 23 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 358).

¹¹⁸ Artigo 24 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 358).

¹¹⁹ Artigo 25 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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,

não tenha sido praticado com o intuito de prejudicar ou fraudar os direitos dos credores,¹²⁰ devendo ser julgada como provável a boa-fé do consumidor, nas situações elencadas no artigo 27 do anteprojeto de lei.¹²¹ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 358-359).

Neste sentido, o objetivo será para regularizar o montante de suas dívidas,¹²² podendo requerer a sua recuperação através de acordo (fase conciliatória), com seus credores ou por meio de um plano judicial de pagamento dos débitos. (fase judicial). Destaca-se, que o procedimento das duas fases compete à justiça.¹²³ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 358-359).

Na fase conciliatória, a audiência será conduzida pelo juiz ou por um conciliador,¹²⁴ que explicitará as vantagens da conciliação, fará a análise do ativo e passivo do devedor e a elaboração do plano de pagamento, com o escopo de facilitar o diálogo entre as partes, a fim de justificar o superendividamento do consumidor como pressuposto para tal conciliação.¹²⁵ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 361).

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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 359).

¹²⁰ Artigo 26 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 359).

¹²¹ Artigo 27 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 359).

¹²² Artigo 28 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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)”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 359).

¹²³ “A exemplo do que aconteceu com a falência e a concordata no direito da empresa: seja por meio de parcelamento, prazos de graça, redução de montantes, dos juros, das taxas, seja por todas as demais soluções possíveis para que possa pagar ou adimplir todas ou quase todas as suas dívidas em face de todos os credores, fortes e fracos, com garantias ou não. Tais soluções, que vão desde informação e controle da publicidade, direito de arrependimento, tanto para prevenir como para evitar a ruína do parceiro (exceção da ruína), que seria sua ‘morte civil’, sua exclusão do mercado de consumo ou sua ‘falência’ civil com o superendividamento”. (MARQUES, 2006, p. 256-257).

¹²⁴ Artigo 36 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 361).

¹²⁵ Artigo 37 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 361-362).

O acordo pressupõe a aprovação de um plano para a reestruturação do passivo e a reparação da situação de superendividamento do devedor,¹²⁶ em que as negociações devem ser feitas para que todos os fornecedores tenham comprometimento, em virtude do tempo negociado para o pagamento, bem como em face dos rendimentos do devedor para o pagamento das dívidas reestruturadas.¹²⁷ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 362).

O plano poderá conter a reestruturação das dívidas, redução das taxas de juros, dentre outras medidas que assegurem o possível pagamento por parte do devedor,¹²⁸ observando o “mínimo existencial”, de forma que o cumprimento não prejudique o devedor em suas despesas básicas, como sua própria manutenção e de sua família.¹²⁹ Assim, o plano deve fazer com que o devedor se comprometa ao pagamento das dívidas, da mesma forma, poderá impor a abstenção do devedor de atos que venham a prejudicar a sua situação de insolvência.¹³⁰ Por fim, o acordo deverá ser homologado pelo Juiz de Direito, mediante sentença com eficácia de título executivo.¹³¹ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 362-363).

Em caso de não ocorrer acordo na fase conciliatória, o devedor poderá requerer no prazo de quinze dias perante o juiz competente, uma nova reestruturação do passivo, agora em fase judicial, em relação às dívidas não acordadas na fase conciliatória, mediante o qual,

¹²⁶ Artigo 40 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 362).

¹²⁷ Artigo 41 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 362).

¹²⁸ Artigo 42 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 362-363).

¹²⁹ Artigo 43 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 363).

¹³⁰ Artigo 44 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 363).

¹³¹ Artigo 47 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “Do título judicial - O acordo deverá ser homologado pelo Juiz de Direito, mediante sentença com eficácia de título executivo”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 363).

poderá propor um plano de pagamento aos credores.¹³² (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 363).

Os credores terão o prazo de quinze dias para responder o pedido, apresentando as razões de direito, as especificações contratuais e o valor das dívidas, sendo que, a ausência da manifestação gera a revelia conforme artigo 319 do Código de Processo Civil.¹³³ Admitido pelo juiz o pedido de reestruturação judicial, este poderá complementar o que achar necessário em relação às condições pessoais do devedor, bem como dos contratos objetos do pedido, e assim designará audiência,¹³⁴ para colher prova oral. Dos documentos juntados pela parte a outra se manifestará desde já, sem interrupção da audiência.¹³⁵ Finalizada a instrução o juiz proferirá a sentença apreciando os quesitos elencados no artigo 54 do anteprojeto de lei.¹³⁶ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 364-365).

O plano judicial trará o prazo máximo de quatro anos e poderá conter reestruturação de dívidas, redução nas taxas de juros, entre outras medidas que assegurem os possíveis pagamentos por parte do devedor, devendo observar o “mínimo existencial”, a fim de não prejudicar a manutenção própria e de sua família, bem como a impenhorabilidade prevista no artigo 649 do Código de Processo Civil. Assim, o plano pode garantir ao devedor a abstenção

¹³² Artigo 48 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 363).

¹³³ Artigo 50 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 364).

¹³⁴ Artigo 52 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 364).

¹³⁵ Artigo 53 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 364).

¹³⁶ Artigo 54 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 364-365).

de atos que venham a prejudicar a sua situação de superendividado.¹³⁷ Por fim, a elaboração do plano deve observar as condições pessoais do devedor e a maneira com que o fornecedor forneceu o crédito ao consumidor,¹³⁸ sendo que, o cumprimento da sentença seguirá o procedimento previsto no artigo 475 J¹³⁹ do Código de Processo Civil.¹⁴⁰ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 365).

O procedimento será extinto sem julgamento de mérito ou nos casos previstos em lei, quando o consumidor não comparecer em audiência e quando o julgador não aceitar o juízo de admissibilidade.¹⁴¹ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 366).

Deste modo, o consumidor que agir de má-fé sofrerá uma sanção correspondente a antecipação do pagamento das dívidas em relação ao acordo ou ao plano de reestruturação judicial.¹⁴² Já, nos casos em que o credor agir de má-fé, a este, serão aplicadas as sanções

¹³⁷ Artigo 55 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 365).

¹³⁸ Artigo 56 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 365).

¹³⁹ Artigo 475-J do Código de Processo Civil: “Caso o devedor, condenado ao pagamento de quantia certa ou já fixada em liquidação, não o efetue no prazo de quinze dias, o montante da condenação será acrescido de multa no percentual de dez por cento e, a requerimento do credor e observado o disposto no art. 614, inciso II, desta Lei, expedir-se-á mandado de penhora e avaliação. § 1º Do auto de penhora e de avaliação será de imediato intimado o executado, na pessoa de seu advogado (arts. 236 e 237), ou, na falta deste, o seu representante legal, ou pessoalmente, por mandado ou pelo correio, podendo oferecer impugnação, querendo, no prazo de quinze dias. § 2º Caso o oficial de justiça não possa proceder à avaliação, por depender de conhecimentos especializados, o juiz, de imediato, nomeará avaliador, assinando-lhe breve prazo para a entrega do laudo. § 3º O exequente poderá, em seu requerimento, indicar desde logo os bens a serem penhorados. § 4º Efetuado o pagamento parcial no prazo previsto no caput deste artigo, a multa de dez por cento incidirá sobre o restante. § 5º Não sendo requerida a execução no prazo de seis meses, o juiz mandará arquivar os autos. Sem prejuízo de seu desarquivamento a pedido da parte”.

¹⁴⁰ Artigo 57 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 366).

¹⁴¹ Artigo 58 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 366).

¹⁴² Artigo 60 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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

previstas no artigo 18¹⁴³ do Código de Processo Civil.¹⁴⁴ (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 366-367).

Em virtude disto, o tratamento das situações de superendividamento faz com que seja introduzida uma proteção jurídica mais ampla ao consumidor, observando que “tratam-se de fenômenos da sociedade de massas, que afetam não só interesse individual, mas igualmente o interesse coletivo dos consumidores, e enquanto tal exigem ao mesmo tempo medidas de caráter preventivo e medidas de caráter curativo”. (PEREIRA, 2006, p. 163).

Neste ínterim, ressalta-se a relevância de disciplinar o tratamento do consumidor superendividado, aduzindo que:

Tratar o consumidor superendividado não significa “satanizar” o credor. Tratar as situações de superendividamento é acordar ao devedor prazos de pagamento, até mesmo remissões de dívidas, de maneira a evitar sua ruína completa e, se possível, a restabelecer sua situação. No espírito do legislador, a proteção do devedor é, pois, essencial. Os interesses dos credores não são ignorados, mas eles são tratados de maneira subsidiária. Reencontra-se aqui a finalidade do direito do consumo: proteger aquele que se encontra em situação de fraqueza. (COSTA, 2006, p. 250-251).

Portanto, embora o Código de Defesa do Consumidor possua uma proteção geral e eficaz ao consumidor como um todo, no que diz respeito a situação do superendividamento o ordenamento consumerista permanece carente, ou seja, possui certa fragilidade. Essa situação revela um fenômeno social e jurídico que merece uma proteção específica do Estado, tal como previsto no direito comparado, em virtude da atual sociedade de consumo.

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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 366).

¹⁴³ Artigo 18 do Código de Processo Civil: “O juiz ou tribunal, de ofício ou a requerimento, condenará o litigante de má-fé a pagar multa não excedente a um por cento sobre o valor da causa e a indenizar a parte contrária dos prejuízos que esta sofreu, mais os honorários advocatícios e todas as despesas que efetuou. § 1º Quando forem dois ou mais os litigantes de má-fé, o juiz condenará cada um na proporção do seu respectivo interesse na causa, ou solidariamente aqueles que se coligaram para lesar a parte contrária. § 2º O valor da indenização será desde logo fixado pelo juiz, em quantia não superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da causa, ou liquidado por arbitramento”.

¹⁴⁴ Artigo 61 Anteprojeto que dispõe sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé: “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”. (BERTONCELLO; LIMA; MARQUES, 2010, p. 367).

CONCLUSÃO

Ao final desta pesquisa constata-se que o superendividamento revela-se como um problema social e jurídico que assola grande número de consumidores.

Neste contexto verifica-se que a sociedade é marcada pela cultura do consumismo. As pessoas buscam seu bem estar pessoal por meio de métodos artificiais, adquirindo bens, consumindo cada vez mais. As compras não revelam mais a necessidade dos bens, mas refletem, tão somente, o desejo de tê-los, e ao mesmo tempo, obter reconhecimento no meio social. O indivíduo vale pelo que pode comprar.

Assim, a sociedade atual, também denominada de pós-moderna, é marcada pelas alterações em ritmo acelerado, caracterizando-se pela mudança e pela incerteza. Neste viés, o direito, como ciência social deve estar aberto a estas modificações para cumprir sua missão de permitir e harmonizar o convívio social.

Desta forma, a evolução das normas consumeristas iniciou-se com os confrontos entre grupos sociais com o objetivo de acabar com as discriminações entre os indivíduos, momento pelo qual se obteve as primeiras regras regulamentadoras das relações de consumo. Na sequência, o movimento consumerista direcionou-se com maior atenção aos fornecedores desonestos, e por fim, em discurso proferido por John Kennedy surgiram os direitos tidos como fundamentais aos consumidores, dentre eles: o direito à segurança, à informação, à escolha e o direito de ser ouvido.

Com isso, nasceu o direito do consumidor, na condição de direito fundamental, para proteger direitos transindividuais. No Brasil, com fundamento na Constituição Cidadã, foi editado o Código de Proteção e Defesa do Consumidor que completou vinte anos de existência, e se revela como uma importante ferramenta de distribuição de justiça e de respeito à pessoa humana, visto que protege o consumidor em suas relações de consumo com o fornecedor, quando da aquisição de bens e serviços.

A relação de consumo é considerada, por um lado, bilateral, pois possui em seu bojo duas partes, sendo elas: consumidor e fornecedor; e por outro se caracteriza por ser dinâmica, justamente pelo fato de se relacionar com a própria existência humana, devido ao fato de nascer, crescer e evoluir de acordo com o momento histórico em que se encontram. Ademais, as relações de consumo são consideradas subjetivas no que se refere aos partícipes,

consumidor e fornecedor; objetivas, pois possuem como objeto uma relação jurídica de consumo, e por fim, finalísticas, por ser o consumidor o destinatário final de tal negócio jurídico.

O sistema de proteção consumerista é sedimentado em princípios, que revelam os valores maiores do ordenamento jurídico e estão em sintonia com o Estado Democrático de Direito. Dentre eles destaca-se a dignidade da pessoa humana que representa o fundamento da forma estatal, momento que a pessoa humana passa a ser vista como centro do ordenamento jurídico. O respeito e a proteção à pessoa humana denotam a diretriz da eticidade que deve pautar o negócio jurídico.

Também, merecem distinção os princípios da vulnerabilidade, da boa-fé objetiva e da transparência. Por eles existe o pleno reconhecimento que o consumidor é o pólo mais frágil da relação, merecendo proteção do Estado em face de sua hipossuficiência. Do mesmo modo, na relação consumerista as partes têm o dever de conduta de portar-se com lealdade e correção, não frustrando as legítimas expectativas que depositaram no pacto. Tutela-se a confiança em respeito às pessoas envolvidas.

Todavia, este instrumental não se apresenta suficiente, diante do consumismo que impera na sociedade atual e provoca o superendividamento do consumidor. Deste modo, à medida que o consumidor é convencido através de propagandas ou até mesmo por uma questão de desejos, se submete a consumir, compreendendo que estas aquisições lhe trarão sucesso e valorização frente à sociedade. Logo, sua preocupação desloca-se do campo do “ser” e perpassa inteiramente para seara do “ter”.

Ademais, o consumidor cotidianamente é bombardeado por campanhas publicitárias, linhas de crédito, dentre outras, que acabam convencendo-o a consumir cada vez mais, assumindo uma condição que não condiz com a sua pessoa e principalmente com o seu orçamento. O consumidor busca no consumo uma maneira de ser incluído em determinado grupo social ou até mesmo no que diz respeito ao seu bem-estar psicológico, ou seja, consumir para se sentir bem, e para suprir um vazio em seu estado emocional, fazendo com que seus desejos sejam transformados em necessidades.

Assim, nasce a figura do superendividamento, que é a impossibilidade de o devedor pessoa-física, leigo e de boa-fé, cumprir com suas obrigações atuais e futuras de consumo, tornando-se inadimplente em relação às suas dívidas pessoais e não profissionais. Obrigações estas, ocasionadas ora por uma má administração de seu orçamento, onde ocorre uma

acumulação inconsiderada de dívidas, visto que, o consumidor abusa do crédito e consome muito acima de suas possibilidades, ora por, uma grande redução de recursos devido aos infortúnios da vida, como por exemplo, o divórcio, separação, desemprego, redução de salário, morte ou doença de familiares.

Portanto quando se menciona o devedor de boa-fé, refere-se aquele que, na condição de consumidor não tem a intenção de prejudicar tão pouco de não cumprir com suas obrigações. Contudo, independente de sua intenção a sociedade não vê o consumidor endividado de boa-fé como uma vítima do consumismo, mas sim, como aquele que meramente deixa de cumprir as suas obrigações com o intuito de prejudicar, restando “excluído” do âmbito social.

Destarte, os consumidores endividados são injustiçados pela sociedade, justamente pelo fato de não serem analisadas as situações pelas quais eles passam para chegar ao posto de superendividados. Na maioria das vezes, segundo estudos, são por fatores desfavoráveis a vontade do indivíduo, ou seja, estes agem de boa-fé, não merecendo serem excluídos do âmbito social.

Com isso, necessária a presença do Estado para regulamentar a situação do superendividamento, mostrando-se a experiência francesa como uma saída para o tratamento do assunto no Brasil. No modelo francês, observa-se uma maior preocupação em relação ao “superendividamento”, atribui-se uma proteção não apenas quando concretizado tal fenômeno, mas sim, em uma proteção de maior eficácia no que diz respeito a evitar tal situação. Logo, revela-se a preocupação da legislação francesa em reger a proteção do consumidor superendividado de boa-fé, assim como, um instrumento eficaz que visa proteger o consumidor em suas relações de consumo.

Ainda, ressalta-se a existência de um anteprojeto para regulamentar a matéria no país, que, seguramente, se mostra como um oportuno e coerente início para a reflexão e tomada de medidas no âmbito legislativo. Verifica-se a importância de tal anteprojeto, como forma de garantir a este consumidor, de forma específica, uma proteção à luz de sua dignidade e boa-fé, objetivando meramente seu restabelecimento no âmbito social, bem como, atribuir-lhe uma educação de consumo a fim de evitar sérias consequências em virtude de sua situação financeira.

Finalmente, vê-se que o Estado e a sociedade têm o dever de proteger os direitos humanos, e neles se inclui os do consumidor. Somente a proteção e o respeito à dignidade da

pessoa, possibilita a convivência social pacífica e a consolidação da democracia, com a efetiva redução das desigualdades, com base no espírito da justiça e do bem social.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2003.

BARTH, Wilmar Luiz. *Pós-modernidade, religião e ética*. Porto Alegre: Est Edições, 2008.

BATELLO, Silvio Javier. A injustiça dos endividados brasileiros: uma análise evolutiva. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 211-229.

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Traduzido por Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 2010.

BAUMAN, Zigmunt. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Traduzido por Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BERTONCELLO, Karen Rich Danielevicz; LIMA, Clarissa Costa de; MARQUES, Claudia Lima. *Revista direito do consumidor*. Anteprojeto de lei dispendo sobre a prevenção e o tratamento das situações de superendividamento de consumidores pessoas físicas de boa-fé. São Paulo: RT, janeiro-março/10, n° 73.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. *Manual de direito do consumidor*. 3. ex. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008.

_____. Das práticas comerciais. In. GRINOVER, Ada Pelegrini [et al.]. *Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 251-503.

BESSA, Leonardo Rascoe. *Relação de consumo e aplicação do código de defesa do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009. v. 39.

BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Traduzido por Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BONATTO, Cláudio. *Código de defesa do consumidor: cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo*. 2. ed. rev. atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.

BRASIL, Código de Proteção e Defesa do Consumidor, 1990. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Brasília: Ministério da Justiça, 2006.

_____. Constituição, 1988. *Constituição da República Federativa do Brasil de 05 de outubro de 1988*. São Paulo: Verbo Jurídico, 2008.

_____. Lei Federal n. 10.820, de 17 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/2003/L10.820.htm>. Acesso em: 05 nov. 2010.

CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 310-344.

CONSALTER, Rafaela. Novas tendências da atuação da defensoria pública na defesa do consumidor necessitado. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 355-370.

COSTA, Geraldo de Faria Martins. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo: RT, 2002. v. 20.

COSTA, Geraldo de Faria Martins. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 230-254.

DURKHEIM, Émile. *Sociologia*. Traduzido por Laura Natal Rodrigues. 3.ed. São Paulo: Ática, 1984.

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

_____. Da política nacional das relações de consumo. In: GRINOVER, Ada Pelegrini [et al.]. *Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 66-135.

_____. Dos direitos básicos do consumidor. In: GRINOVER, Ada Pelegrini [et al.]. *Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 136-170.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito. CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 23-43.

GAMA, Hélio Zaghetto. *Curso de direito do consumidor*. 2.ed., rev. ampl. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

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

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

KILBORN, Jason J. Estudos do direito comparado sobre superendividamento. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 66-104.

LIMA, Clarissa Costa de. Revista direito do consumidor. *O mercosul e o desafio do superendividamento*. São Paulo: RT, janeiro-março/10, n° 73.

LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rich Danilevicz. Tratamento do crédito ao consumo na América latina e superendividamento. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 191-210.

MARIMPIETRI, Flavia. *Revista magister de direito empresarial, concorrencial e do consumidor*. Consumismo e superendividamento. v. 5, n. 27. Porto Alegre: Magister, 2009.

MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: RT, 2006.

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. CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.); *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 255-309.

MARTINS-COSTA, Judith. *A boa-fé no direito privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

MORAIS, José Luis Bolzan de. *Do direito social aos interesses transindividuais: o estado e o direito na ordem contemporânea*. Porto Alegre: Livraria do advogado, 1996.

NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro do. *Responsabilidade civil no código do consumidor*. Rio de Janeiro: Aide, 1991.

NERY JÚNIOR, Nelson. Da proteção contratual. In: GRINOVER, Ada Pelegrini [et al.]. *Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 504-638.

NOGUEIRA, Tania Lis Tizzoni. *A prova do direito do consumidor: o ônus da prova no direito das relações de consumo*. Curitiba: Juruá, 1998.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 2. ed. rev. modif. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005.

OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 345-354.

OLIVEIRA JÚNIOR, José Alcebíades de. *Teoria jurídica e novos direitos*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2000.

PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva de direito comparado. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 158-190.

RIZZARDO, Arnaldo. *Contratos*. Rio de Janeiro: Forense, 2006.

ROSA, Josimar Santos. *Relações de consumo: a defesa dos interesses de consumidores e fornecedores*. São Paulo: Atlas, 1995.

ROSSETTI, Flávia. A revisão dos contratos de leasing indexados ao dólar norte-americano sob a égide do código de defesa do consumidor. In: TALAVERA, Glauber Moreno (Coord.). *Relações de consumo no direito brasileiro*. São Paulo: Método, 2001, p. 113-149.

SALDANHA, Nelson. *Sociologia do direito*. 5. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

SANTOS, Cláudio Sinoé A. dos. Superendividamento: a fragilidade do consumidor. Disponível: <http://www.tex.pro.br/wwwroot/06de2005/superendividamento_claudiosionear denghydossantos.htm> Acesso em: 26 jan. 2009.

SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na constituição federal de 1988*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

TESSLER, Marga Inge Barth. Administração da justiça: o projeto conciliação no SFH do TRT 4ª região. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima (Coords.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. v.29. São Paulo: RT, 2006, p. 371-383.

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

TONIAL, Nadya Regina Gusella. *Contratos: a concretização da dignidade da pessoa humana pelo princípio da boa-fé objetiva*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2009.