



Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro

Atualização do CDC e a problemática do
Superendividamento das Famílias Brasileiras

Greicy da Silva Ferreira

Rio de Janeiro
2012

GREICY DA SILVA FERREIRA

Atualização do CDC e a problemática do
Superendividamento das Famílias Brasileiras

Projeto de Pesquisa apresentado como exigência
de conclusão de Curso de Pós-Graduação *Lato
Sensu* da Escola de Magistratura do Estado do
Rio de Janeiro em Direito do Consumidor e
Responsabilidade Civil.

Professores Orientadores:

Guilherme Sandoval

Néli Luiza C. Fetzner

Nelson C. Tavares Junior

Rafael Iorio

Rio de Janeiro
2012

ATUALIZAÇÃO DO CDC E A PROBLEMÁTICA DO SUPERENDIVIDAMENTO DAS FAMÍLIAS BRASILEIRAS

Greicy da Silva Ferreira

Graduada em Direito pela Universidade Estácio de Sá. Servidora Pública Estadual.

Resumo: O governo Lula destacou-se no empenho dedicado ao combate à erradicação da pobreza previsto nos objetivos da Constituição da República Federativa do Brasil. O resultado foi uma grande mudança para a economia brasileira. A criação da geração de empregos, o aumento do valor nominal da renda, a recuperação de renda, além dos programas sociais do Governo Federal inseriram no mercado de consumo mais de 40 milhões de brasileiros. O enfrentamento do problema agora se concentra no fato de grande parte dessa população ainda não estar habituada a esse novo cenário e aos desafios de um consumo sustentável. Nessa esteira, surgem três novas propostas de atualização ao Código de Defesa e Proteção ao Consumidor sendo que uma delas, o Projeto de Lei n. 283/2012, vem para tratar de medidas tais como: a proibição de promover publicidade de crédito com referência a "crédito gratuito", "sem juros", "sem acréscimo" e expressões semelhantes; exigir informações claras e completas sobre o serviço e produtos oferecidos; adoção da conciliação para estimular a renegociação das dívidas dos consumidores além da criação da figura do "assédio do consumo" – quando há pressão para que o consumidor contrate o crédito .

Palavras Chaves: consumidor – superendividamento – crédito – desamparo legal – consumo consciente – crédito responsável

Sumário: Introdução. 1. Consumidor superendividado. Características. Aumento do superendividamento no Brasil sob a ótica constitucional 2. Responsabilidade da publicidade. Incitação ao consumo. Meios de comunicação e formas de atingir o consumidor 3. Cultura do consumo x Sustentabilidade. Soluções Sobreendividamento: consumo consciente e crédito responsável. Conclusão. Referências

INTRODUÇÃO

O trabalho aqui desenvolvido tem como objetivo geral compreender o superendividamento como consequência de fatores econômico, social e jurídico, advertindo-se que apenas os "superendividados passivos de boa-fé" merecem a proteção do Estado.

O presente trabalho seguirá a metodologia do tipo bibliográfica e abordará o posicionamento doutrinário dos autores de um dos Projetos de Lei que visa atualizar Código. Revela a figura do consumidor superendividado, merecedor da tutela jurisdicional do Estado, delineando as características desse novo personagem. Trata da questão que envolve a responsabilidade da publicidade, os meios de comunicação utilizados para atingir e incitar o brasileiro ao consumo e por fim vem apresentar soluções para um consumo sustentável que envolvem questões tais como o consumo consciente e o crédito responsável.

Cumprido destacar que, no Brasil, o início do reconhecimento do superendividamento ocorreu, entre outros atos e ações, através da bem sucedida experiência de pesquisa realizada em parceria da Universidade Federal do Rio Grande do Sul com o Núcleo Cível da Defensoria gaúcha, sob a coordenação conjunta da Professora Cláudia Lima Marques e da Defensora Pública Adriana Fagundes Burger.

Em face desse fenômeno, o Código De Defesa do Consumidor está prestes a passar por uma atualização que abrangerá questões tais quais: superendividamento e o comércio eletrônico.

Muito tem se falado a respeito de uma reforma do Código, mas a preocupação dos consumeristas é exatamente a de preservá-lo. Por isso, já houve uma mudança no discurso: a tão anunciada mudança tem agora definida sua natureza atualizadora através de leis especiais.

Não obstante esse cuidado dos juristas que compõem a Comissão de Defesa do Direito do Consumidor tramita hoje, só na Câmara e no Senado, 320 e 68, respectivamente, projetos de lei, sendo que muitos deles propondo redução de direitos dos consumidores, ou seja, mutiladores do Código criado para a defesa do consumidor.

Nessa perspectiva, o Ministro do Superior Tribunal de Justiça, Ministro Herman Benjamin, que também participou da comissão que elaborou o CDC original em 1989, já apresentou o anteprojeto de lei que vai tratar dessa importante revisão.

Segundo ele, “não há sociedade de consumo sem crédito e o crédito é absolutamente necessário ao desenvolvimento do país”. Mas quem toma crédito precisa pagar e estar em condições de pagar.

Ademais, a revisão não pretende redefinir os conceitos de consumidor ou fornecedor, por exemplo, mas tem, entre outros, o propósito de incorporar as matérias já pacificadas pela jurisprudência brasileira e fortalecer os PROCONS como meios de reduzir a litigiosidade judicial. Segundo pesquisa realizada na Segunda Seção do STJ - onde ocorrem os julgamentos de recursos em matéria de direito privado - mais de 30% tratam de relações de consumo.

Entretanto, o tema é atual e de grande abrangência. Assim, para dar maior profundidade a presente pesquisa, necessário se faz definir a gênese do fenômeno, seus novos personagens, seus possíveis responsáveis e as aguardadas propostas de atualização do Código com a chegada dessas novas leis especiais.

Como, para que um fato seja regulado pelo direito, é preciso primeiro reconhecê-lo, o superendividamento do brasileiro ainda não possuía amparo jurídico consolidado, restava à própria expressão "superendividado" atribuição preconceituosa que traduzia tão somente forma de se eximir do pagamento de dívidas, de "estelionato por via judicial" ou "proteção

exacerbada". Todavia, o CDC é uma lei principiológica que pode e deve ser usada para enfrentar tais questões, mormente em face do seu artigo 7º que reconhece o microsistema consumerista como um sistema aberto que estimula o diálogo das fontes.

No que tange à questão do sobreendividamento, as atuais propostas do Projeto de Lei 283/2012 de atualização do CDC trazem como principais objetivos a) -Proibir a promoção de publicidade de crédito com referência a “crédito gratuito”, “sem juros”, “sem acréscimo”, com “taxa zero” ou expressão de sentido ou entendimento semelhante; b)- Estabelecer a concessão do crédito responsável, obrigando o fornecedor a, além de informar, aconselhar o consumidor e avaliar de forma leal as condições desse repagar suas dívidas, sob pena de redução dos juros; c) Criar a figura jurídica do “assédio de consumo”, definido como pressão ao consumidor, em especial se idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada, para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito, em especial se a distância, por meio eletrônico ou por telefone, ou se envolver prêmios e, por fim, d) Instituir a conciliação em caso de superendividamento, de forma a estimular a repactuação das dívidas dos consumidores em audiências conciliatórias com todos os credores, onde se elabora plano de pagamento de até cinco anos para quitar suas dívidas, preservado o mínimo existencial.

1. CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO. CARACTERÍSTICAS. AUMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO NO BRASIL SOB A ÓTICA CONSTITUCIONAL

A cultura do consumo atinge consumidores de todas as classes sociais e de todas as idades. No entanto, apesar do endividamento ser um fato individual, as consequências são sociais e o problema aumenta quando de endividada a pessoa passa a ser superendividada. O aspecto psicológico do consumo é abordado pelo Grupo de Psicologia Econômica (G.P.P.E.), coordenado pela Dra. Alice Moreira¹ e dentre suas conclusões vale transcrever:

O interesse dos psicólogos por temas relacionados à vida econômica é compreensível no panorama contemporâneo, marcado pela transformação de valores, estabelecimento de novos mercados e tendências globalizantes. A ética da poupança e auto contenção foi superada por valores de consumo e satisfação imediata dos desejos, gerando o que tem sido chamado de “cultura do débito” (*Livingstone & Lunt, 1993*). As identidades sustentam-se cada vez mais na posse e exibição de bens materiais (*Belk, 1991*); *Canclini, 1999*). Crescem as preocupações com a patologia do comprar compulsivo (*Hanley & Wilhelm, 1992*) em paralelo ao estudo das mais antigas, como jogar e colecionar (*Belk, 1995*; *Griffins, 1995*). A participação crescente da mulher no mercado de trabalho leva à reestruturação das relações e estratégias de poder na família (*Burgoyne, 1995*; *Kirchler, 1999*). Novas configurações de mercado geram estudos abordando a influencia dos valores sobre preferencias de consumo (*Grunnet & Beckmann, 1999*) ou as inter-relações entre

¹MOREIRA, Alice. *O que é psicologia econômica*. LAPE, Belém/PA. Disponível em: <http://www.cpgp.ufpa.br/lape/portug/contato.htm>> acesso em 15.06.2012

moeda, simbolismo e identidade nacional (Conlon, Routh & Pannayiotakopoulo, 2000)

Inicialmente se faz salutar conceituar “consumo”. Segundo a jurista Cláudia Lima Marques²: "o direito brasileiro está sendo chamado a dar uma resposta justa e eficaz a essa realidade complexa" e prossegue como se vê adiante:

Uma vontade protegida pelo Direito, vontade liberta das pressões e dos desejos impostos pela publicidade e por outros métodos agressivos de venda, em suma, uma vontade racional. Não há como negar que o consumo massificado de hoje, pós-industrial, está ligado faticamente a uma série de perigos para o consumidor. Vale lembrar que os fenômenos atuais de superendividamento, de práticas comerciais abusivas, de abusos contratuais, da existência de monopólios naturais dos serviços públicos concedidos ou privatizados, de falhas na concorrência, no mercado, na informação e na liberdade material do contratante mais fraco na elaboração e conclusão dos contratos. Apesar de todos esses perigos e dificuldades, o novo direito contratual visa concretizar a função social dos contratos, impondo parâmetros de transparência e boa-fé.

Diante do exposto, torna-se perceptível que o tema ganhe relevância jurídica não com a mera inadimplência obrigacional eventual, mas sim na hipótese em que o devedor de boa-fé está impossibilitado permanentemente de pagar o total de suas dívidas de consumo, ainda que essas se tornem exigíveis no futuro.

Assim, o endividamento pode ser uma conseqüência do consumo de bens e serviços tornando-se crônico quando compromete a renda do devedor. Nesse patamar o fenômeno é denominado pelos doutrinadores de superendividamento ou sobreendividamento que não pode ser visto como um simples momento de inadimplência obrigacional, mas como a impossibilidade de uma pessoa suprir as suas necessidades básicas, como alimentação, vestuário e moradia, que são materializadas através do crédito ao consumo.

a impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos). Esse estado é um fenômeno social e jurídico a necessitar [de] algum tipo de saída ou solução pelo direito do consumidor (omissis).³

É válido consignar também que o sobreendividamento é um fenômeno global, pois atinge a maioria das sociedades de consumo, e atinge tanto consumidores da classe média, principalmente após a explosão da modalidade de crédito consignado.

No Brasil, a questão se agravou com a explosão da oferta do crédito de maneira fácil e rápida, sem restrições a qualquer classe social, principalmente após a Lei n. 10.820 de 17 de

² MARQUES, Cláudia Lima. *Sugestões para uma lei sobre o tratamento do Superendividamento de pessoa física em Contrato de Crédito ao Consumo*. Revista Direito do Consumidor, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p.11-52

³ MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p. 256.

dezembro de 2003 que autorizou o pagamento de empréstimo através de desconto da prestação mensal em salário. O objetivo público de inserção social, em que a população de baixa renda passou a ter acesso a eletrodomésticos, veículos, telefonia e outros bens e serviços que antes eram inacessíveis desconsiderou a análise e prevenção do risco do endividamento pernicioso vem desacompanhada da preocupação com a educação para o consumo.

Registre-se ainda que o crédito é definido pela troca de bens ou serviços mediante o pagamento futuro ou parcelado em dinheiro, entre o consumidor e o fornecedor, ocorrendo através dessa relação de consumo a circulação de riquezas no país. Os bens ou serviços adquiridos pelos consumidores resultam de suas necessidades individuais ou dos impulsos do mercado de consumo.

Segundo Geraldo de Farias Martins da Costa⁴:

Na economia do endividamento, tudo se articula com o crédito. O crescimento econômico é condicionado por ele. O endividamento dos lares funciona como meio de financiar a atividade econômica. Segundo a cultura do endividamento, viver a crédito é um bom hábito de vida. Maneira de ascensão ao nível de vida e conforto do mundo contemporâneo, o crédito não é um favor, mas um direito fácil. Direito fácil, mas perigoso.

Todavia, os consumidores, anônimos, desprovidos de informações ou pressionados pela urgência vinculada às promoções e bombardeados pela propaganda, sujeitos às duras regras do mercado se tornam indefesos e acabam lançando mão de crédito fácil.

Em face dessa situação, a decisão abaixo, oriunda do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro relatada pelo Desembargador Ernani Klausner em 15 de outubro de 2009 ao julgar a apelação cível n. 2009.001.37552

Registre-se que, soa pueril a alegação de que o autor anuiu espontaneamente ao que lhe foi proposto. Ora, não é apenas quem requer o financiamento o único responsável pelas conseqüências da inadimplência. À toda evidência, também o é a instituição financeira que contrata e concede o crédito, na medida em que nenhuma das quais o faz sem avaliar os riscos de descumprimento e, se não o faz ou as realiza com deficiência, responde pelos riscos. Riscos esses que podem ser agravados ante a presença de cláusula abusiva.

No mesmo sentido é a reflexão de Heloisa Carpena e Rosângela Lunardelli Cavallazzi⁵ ao afirmarem que "É evidente que o fornecedor que concede crédito a quem não tem condições de cumprir o contrato, está praticando abuso de direito" e prosseguem:

Embora aparentemente o contrato se insira na esfera do lícito, na medida em que satisfaça requisitos formais, na verdade o fornecedor pratica o ato abusivo,

⁴ COSTA, Geraldo de Faria Martins *O direito do consumidor endividado e a técnica do prazo de reflexão*, São Paulo: RT, n. 43, jul./set. 2002, p. 258, 260.

⁵ CARPENNA, Heloisa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação*. São Paulo: RT, p. 122, REsp n. 264.085/RS, relator Ministro Jorge Scartezini, DJ de 27.9.2004.:

desviando-se das finalidades sociais que constituem o fundamento de validade da liberdade de contratar, ou mais especificamente, de fornecer o crédito.

Assim, o financiamento concedido de forma temerária, num clássico exercício do pacto com consentimento irrefletido, sem contemplação por parte do fornecedor das reais condições daquele que pretende receber o crédito, induz a inadimplência violando conseqüentemente, o princípio da dignidade da pessoa humana.

Somam-se a esses aspectos o fato do problema vir se acentuando de forma mais grave entre os aposentados e pensionistas. Esses consumidores classificados hipervulneráveis, art. 39 do CDC, passaram a ter direito a crédito consignado e tomam empréstimos que são descontados diretamente nos benefícios previdenciários, chegando a comprometer a sua renda, que atinge níveis incompatíveis ao mínimo existencial. Cumpre ainda ressaltar que, não é incomum um consumidor idoso, aposentado que, por sua hipervulnerabilidade, é vítima de fraude na contratação desse tipo de empréstimo.

É bem verdade que os bancos têm o dever de, antes de conceder o empréstimo, fazer uma avaliação da capacidade econômica do seu cliente e verificar se o mesmo não possui outros empréstimos, podendo somente celebrar o contrato, que autoriza o desconto direto na folha de pagamento, se estiver respeitando o limite no percentual máximo de trinta por cento (30%) sobre os vencimentos brutos do cliente. O Superior Tribunal de Justiça vem tratando a matéria em sede de recursos repetitivos, como se verifica adiante:⁶

RECURSO ESPECIAL Nº 1.138.192/RJ - Julgado monocraticamente (pub. 21/02/11) - EMENTA: PROCESSUAL CIVIL. APROPRIAÇÃO DOS VENCIMENTOS. CONTA DO DEPOSITANTE. CONTRATO BANCÁRIO. INADMISSIBILIDADE. 1. É inadmissível que banco credor aproprie-se de vencimentos de correntista que lhe são confiados em depósito em conta, como forma de quitação de parcelas inadimplidas de contratos de mútuo bancário. Interpretação do art. 649, IV, do Código de Processo Civil. 2. Recurso especial conhecido e desprovido. **DECISÃO:** Trata-se de recurso especial interposto por BANCO ITAÚ S/A com fundamento no art. 105, inciso III, alínea "a", da Constituição Federal, contra acórdão prolatado em sede de apelação pelo TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, nos autos de ação ordinária. O julgado traz a seguinte ementa: "DIREITO DO CONSUMIDOR. DESCONTOS EM CONTA CORRENTE PARA AMORTIZAÇÃO DE SALDO DEVEDOR ORIUNDO DE CONTRATO DE EMPRÉSTIMO JUNTO A INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. DESCONTO DE VALOR CORRESPONDENTE A INTEGRALIDADE DOS VENCIMENTOS DO CONSUMIDOR. PRÁTICA ABUSIVA. ONEROSIDADE EXCESSIVA. RETENÇÃO QUE DEVE SER LIMITADA AO PERCENTUAL DE 30% DA REMUNERAÇÃO DEPOSITADA A TÍTULO DE PROVENTOS, SOB PENA DE INVIABILIZAR-SE A SOBREVIVÊNCIA DO DEVEDOR. DANO MORAL NÃO CONFIGURADO. PRECEDENTES JURISPRUDENCIAIS. DESPROVIMENTO DOS RECURSOS"

⁶ BRASIL, STJ, REsp n. 264.085/RS, relator Ministro Jorge Scartezzini, DJ de 27.9.2004.

Assim, a preservação da natureza alimentar dos vencimentos daquele que procurar novo empréstimo estaria evitando o superendividamento, ou seja, não concederia mais crédito a quem já se encontra endividado, pois estaria pondo em risco a subsistência do cliente e da sua família.

Ressalte-se que em 13 de dezembro de 1963, o Supremo Tribunal Federal já tinha aprovado a Súmula 121 nos seguintes termos: "é vedada a capitalização de juros, ainda que expressamente pactuada".

Todavia, com a edição da Medida Provisória 1.963-17 de 30/03/2000 (atualmente reeditada sob o nº 2.170/36/2001), passou-se a admitir a capitalização mensal nos contratos firmados posteriormente à sua entrada em vigor, desde que tivesse sido prévio, claro e adequadamente pactuado com o consumidor nas relações de consumo (conforme os artigos 46 a 54 do CDC, ou seja, expressamente pactuado art. 5º MP nº 2.170/01).

2. RESPONSABILIDADE DA PUBLICIDADE. INCITAÇÃO AO CONSUMO. MEIOS DE COMUNICAÇÃO E FORMAS, DE ATINGIR O CONSUMIDOR

A publicidade, à luz do CDC, pode ser entendida como toda informação difundida com o objetivo de promover a aquisição de um produto ou prestação de um serviço. Todavia, a publicidade, sem fronteiras, utiliza todos os meios para convencer os consumidores a adquirirem determinado produto, seja trabalhando de forma exaustiva as ofertas, vendendo muito mais que um produto, mas uma ideia, uma filosofia, um ideal ou um status.

Nessa esteira o endividamento reflete, também, a falta de informação ou, ainda, de reflexão na hora da aquisição, pelo consumidor, que acaba atendendo aos apelos publicitários e firmando contratos de empréstimo, por impulso, sem observar as regras contratuais do negócio jurídico que firmou, ainda que não escrito.

Como se pode notar, compras por impulso advém de uma falsa urgência apresentada pela publicidade; da expectativa gerada no consumidor de que se trata de uma solução para seus problemas; e da venda da ideia de que se trata de uma oportunidade única.

Por outro lado, a publicidade relacionada à concessão de crédito tem maior exigência no sentido de prestar uma informação completa sobre a negociação. O contrato de crédito é uma espécie de contrato pós-moderno, denominado pela doutrina como "cativo de longa duração".⁷

Sobre limites de renda e verificação da capacidade de endividamento, é importante transcrever a decisão do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro de que:

⁷ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; MIRAGEM, Bruno. *Comentário ao Código de Defesa do Consumidor*. 2. ed. São Paulo: RT, 2006. p. 528

(...) É crescente a preocupação da Doutrina e da Jurisprudência com as causas e os efeitos do "superendividamento", tendo sido reconhecida, como ilícita, a conduta abusiva e irresponsável de algumas instituições financeiras que - se valendo da ingenuidade de gente humilde, especialmente, aposentados - com base em maciça campanha publicitária oferecem crédito fácil a quem não pode pagar, sem grave prejuízo de seu sustento. O abuso do direito de oferecer empréstimos, sem uma cuidadosa e responsável análise da capacidade de endividamento do tomador, viola o princípio da boa-fé objetiva e não pode contar com o beneplácito do judiciário. (...)⁸

Nessa esteira, segundo entendimento de Geraldo Farias da Costa a questão do consumidor superendividado é tratada como um problema pessoal (moral, muitas vezes), onde é muito fácil atribuir a inadimplência às causas internas, esquecendo-se das causas externas tais quais produtos, serviços além do próprio crédito, utilizados como argumentos publicitários, ofertados por meio de poderosos aparatos de marketing.

Com efeito, percebe-se claramente a notável influência que os meios de comunicação de massa passaram a exercer sobre a vontade das pessoas, induzindo essas à aquisição de bens de utilidade duvidosa, no mais das vezes. Ao mesmo tempo em que gera a falsa percepção de que produtos e serviços (muitas vezes supérfluos) são necessários, a publicidade nos remete à sensação cada vez mais presente de que, mal foram adquiridos, já se tornaram obsoletos, gerando, assim, uma nova onda de consumo.

Trata-se, na verdade, do fomento ao consumo do supérfluo, à indústria do luxo e do descartável que somente se sustenta através da publicidade, incitando ao consumo a qualquer custo. Tamanha é a influência das mencionadas mensagens publicitárias que, ainda que não disponha de recursos imediatos para satisfazer sua necessidade de adquirir, o consumidor encontra no crédito ao consumo – cada vez mais facilitado e pulverizado dentre as diversas classes sociais – o caminho para concretizar seus sonhos de consumo.

Como bem anota Márcio Mello Casado ⁹, “se o consumidor assiste ao anúncio de um produto e não tem como comprá-lo, fica feliz em saber que poderá adquiri-lo com as facilidades que os anúncios dos bancos expõem o crédito.” Vale dizer, na medida em que padrões de consumo são fixados e exaltados por sua capacidade de conferir certo status aos consumidores que nele se enquadram, toma destaque todo e qualquer meio que viabilize o

⁸ BRASIL, TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO DE JANEIRO, Agravo de Instrumento n. 2005.002.27037. Relator Des. Marco Antonio Ibrahim. Disponível <http://jus.com.br/revista/texto/16949/o-superendividamento-o-consumidor-e-a-analise-economica-do-direito/2#ixzz25RHLYz8> acesso em 08.07.2012

⁹ CASADO, Márcio Mello. *Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro*. 2. ed. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2006, p. 146.

acesso desses ao mercado de consumo, conferindo-lhes poder de compra. Conforme destacado por Zygmunt Bauman:¹⁰

Quanto mais elevada a “procura do consumidor” (isto é, quanto mais eficaz a sedução do mercado), mais a sociedade de consumidores é segura e próspera. Todavia, simultaneamente, mais amplo e mais profundo é o hiato entre os que desejam e os que podem satisfazer os seus desejos, ou entre os que foram seduzidos e passam a agir do modo como essa condição os leva a agir e os que foram seduzidos mas se mostram impossibilitados de agir do modo como se espera agirem os seduzidos. A sedução do mercado é, simultaneamente, a grande igualadora e a grande divisora. Os impulsos sedutores, para serem eficazes, devem ser transmitidos em todas as direções e dirigidos indiscriminadamente a todos aqueles que os ouvirão. No entanto, existem mais daqueles que podem ouvi-los do que daqueles que podem reagir do modo como a mensagem sedutora tinha em mira fazer aparecer. Os que não podem agir em conformidade com os desejos induzidos dessa forma são diariamente regalados com o deslumbrante espetáculo dos que podem fazê-lo. O consumo abundante, é-lhes dito e mostrado, é a marca do sucesso e a estrada que conduz diretamente ao aplauso público e à fama. Eles também aprendem que possuir e consumir determinados objetos, e adotar certos estilos de vida, é a condição necessária para a felicidade, talvez até para a dignidade humana.

Ressalte-se ainda que esforços têm sido empreendidos na criação de Projetos com objetivo de minimizar os impactos negativos causados pelo excessivo consumismo ao qual as crianças estão expostas através da publicidade.

Nesse sentido, cumpre destacar o trabalho que vem sendo desenvolvido pelo Instituto Alana. Criador do Projeto Criança e Consumo a instituição empreende atividades dirigidas em prol da defesa do direito das crianças e adolescentes através de ações que visam combater a publicidade dirigida a mercantilização da criança e do adolescente, a erotização precoce, a incidência alarmante da obesidade infantil, a violência na juventude, o materialismo excessivo, entre outros.¹¹

3. CULTURA DO CONSUMO X SUSTENTABILIDADE. SOLUÇÕES SOBREENDIVIDAMENTO: CONSUMO CONSCIENTE E CRÉDITO RESPONSÁVEL

Já faz algum tempo que o Brasil apresenta um crescimento econômico significativo. Com o início do Plano Real, aos poucos, a inflação galopante foi diminuindo e hoje o Brasil ocupa uma posição de destaque na economia mundial, com o 6º maior PIB mundial – em que pese ocupar a lamentável 84º posição em IDH (índice de desenvolvimento humano).

No exato momento em que o mundo se reuniu na cidade do Rio de Janeiro para discutir questões ligadas a sustentabilidade faz-se necessária uma reflexão em torno de mudança nos hábitos de consumo, não só aqui como em todos os lugares.

¹⁰ BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós-modernidade* (tradução: Mauro Gama e Cláudia Martilnelli Gama). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998, p. 55-56.

¹¹ Disponível em <http://www.consumocomatitudo.com.br/web/index.php/blog/blog-do-instituto-alana-trata-de-consumismo-na-infancia/acesso> em 15.07.2012.

Nessa esteira, a produção e o consumo dos Estados Unidos da América, apesar da crise vivida por lá, com um número de consumidores que correspondem a aproximadamente 5% da população do planeta, contribuem com 36% das emissões de gases de efeito estufa e consomem 25% da energia mundial. No que se refere aos países desenvolvidos, esses congregam um quinto da população mundial. Esta minoria, porém, consome 80% de todos os recursos naturais existentes.

Logo, ao contrário do que se propaga, a globalização é uma ilusão, pois não dá para “globalizar” o padrão de consumo dos EUA e dos demais países desenvolvidos. Necessário se faria vários planetas para tanto.

De posse desses recentes dados percebe-se que é preciso mudar o foco, posto que, caso se perpetue o modelo de consumo dos dias que correm, não haverá salvação. Ao invés de se produzir mais e se consumir mais, a diminuição do consumo é que talvez pudesse ajudar a sustentar o planeta.

Além disso, e atrelado a isso, outro elemento que talvez pudesse colaborar para que o planeta não viesse a ser destruído seria o da educação para o consumo, de tal modo que os consumidores pudessem tomar consciência de seu efetivo papel como protagonistas da sociedade capitalista e também percebessem que o regime consumista no qual estão inseridos não faz bem nem ao bolso, nem à saúde, nem ao bem-estar e, não menos, ao planeta. Ao começar as discussões sobre consumo sustentável, o manual do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor¹² começa abordando no primeiro capítulo a questão da cidadania e sua importância para a formação de consumidores conscientes. Segundo seus autores:

O conceito e o significado de cidadania não são únicos e universais e estão sempre se ampliando e se modificando para incluir novos direitos, em especial, o “direito a ter direitos”. Desta forma pode incorporar novas aspirações, desejos e interesses, na medida em que esses consigam ser reconhecidos coletivamente. (...) Isso faz com que a noção de cidadania se torne mais ampla, incorporando novos elementos como o direito à autonomia sobre o próprio corpo, o direito à qualidade ambiental, o direito do consumidor, o direito à igualdade, etc. A partir daí, surgem novas questões relacionadas ao exercício da cidadania, como por exemplo, as atividades do consumo. (IDEC, 2005, p. 21)

A partir da discussão sobre o exercício da cidadania nas atividades do consumo, os autores do prefalado manual mostram uma série de atividades que se desenvolvem nessa direção como, por exemplo, a organização das cooperativas de consumo, que permitem aos consumidores escapar, mesmo que parcialmente, das relações de exploração presentes nessa esfera.

¹² BRASIL. Ministério da Educação. IDEC. *Consumo Sustentável: Manual de Educação*. Ed. Brasília: 2005. p.160.

Outra forma de atividade que envolve o consumidor é o boicote, ou seja, a recusa planejada e organizada de comprar certos bens e serviços de certas lojas, empresas ou até países. Ao boicotar um serviço ou produto, os consumidores ou trabalhadores demonstram sua insatisfação contra aumentos de preços abusivos, propaganda enganosa, produtos de qualidade duvidosa e até mesmo a insatisfação com as políticas salariais ou ambientais de uma empresa.

As empresas, em geral, são sensíveis a essas práticas em função da possibilidade de altos prejuízos financeiros.

O sucesso de um boicote de consumidores depende de uma série de fatores tais como: o nível de organização, o tamanho do mercado boicotado, a natureza e o número de mercadorias boicotadas bem como a interferência de governos.¹³

Por meio da participação ativa das pessoas e diversas experiências na esfera do consumo, identifica-se nessa atividade uma nova possibilidade da reconstrução da cidadania. Se um consumidor descobre que um produto ou serviço contratado não é seguro e prejudica o meio ambiente, ele tem a chance de se manifestar sobre uma questão pública. Nesse sentido, de acordo com os autores do manual, não se deve desmerecer a vida privada como espaço de luta pela emancipação coletiva, pois esses interesses privados podem ser reconhecidos como de interesse coletivo se manifestando agora por um grupo com interesses em comum.

Cumprido ressaltar ainda a ideia de que o debate sobre consumo e meio ambiente pode ser uma forma de politização do cotidiano, recuperando as pontes entre as esferas pública e privada. O crescimento da demanda por produtos ambientalmente e socialmente sustentáveis podem, nesse sentido, ajudar na participação do cidadão na esfera pública, uma vez que esses trazem consigo o aumento da demanda por qualidade de vida, racionalização no uso dos bens de consumo entre outras reivindicações de direitos coletivos.

Esse excesso de produção e de consumo está trazendo danos ao meio ambiente. Considerando o ritmo de produção de lixo e uso de recursos naturais atuais e com o crescimento populacional mundial marcado para os próximos anos, caminha-se para um cenário no qual os problemas que temos atualmente tenderão a aumentar, como um elevado número de mortes, aquecimento da terra, poluição, morte de espécies e da biodiversidade e isso apenas para citar algumas consequências desse elevado consumo.

Por essas razões, o processo de educação e de multiplicação das ideias sobre o consumo sustentável é fundamental para que essas atitudes se tornem realidade. É imprescindível o esforço

¹³ Ibid. p.21.

de diferentes atores e o constante diálogo, entre os governos, tanto de países desenvolvidos, como os países em desenvolvimento, pesquisadores, empresas e organizações civis e não governamentais, para a formação dessa cultura sustentável que, aplicada tratará, sem dúvida, da questão do superendividamento de uma sociedade.

Assim, o próprio processo de educação do consumidor por meio dos movimentos de defesa do consumidor é uma iniciativa importante nesse processo rumo à sustentabilidade.

Nessa esteira, esse tempo de desestabilização mundial serve para repensar os atuais padrões de consumo e, com isso, saem fortalecidas as ideias sobre uma sociedade mais justa e sustentável.

A questão do superendividamento no Brasil se agravou com a explosão de oferta do crédito de maneira fácil e rápida, sem restrições a qualquer classe social, principalmente após a Lei 10.820/2003 que autorizou o pagamento de empréstimos através de desconto da prestação mensal em salário. O objetivo público de inserção social em que a população de baixa renda passou a ter acesso a eletrodomésticos, veículos, telefonia e outros bens e serviços que antes eram inacessíveis desconsiderou a análise e prevenção do risco do endividamento pernicioso e veio desacompanhado da preocupação com a educação para o consumo.

Segundo o Ministro Herman Benjamin¹⁴ o Brasil precisa atualizar o seu Código porque o controle da inflação e a ampliação do mercado consumidor de crédito, aquilo que em 1990 interessava a um número pequeno de consumidores abonados, se referem, hoje, diretamente a dezenas de milhões de consumidores que foram incorporados ao mercado de crédito.

Segundo o presidente da Comissão de juristas do Senado:

“Não há sociedade de consumo sem crédito e o crédito é absolutamente necessário ao desenvolvimento do país. Mas quem toma crédito precisa pagar e estar em condições de pagar”, expôs o ministro. Ele afirma que não interessa nem mesmo aos bancos a existência de consumidores incapazes de pagamento das dívidas.

Vale ressaltar que o fenômeno do superendividamento não diz respeito somente ao campo jurídico visto configurar-se como um grave e crescente problema social que necessita, para sua compreensão e enfrentamento, da articulação de diversas disciplinas, como o Direito, a Psicologia, o Serviço Social, a Educação e a Economia. Por isso surpreende a escassa - em alguns casos, inexistente - problematização do mesmo pelos diferentes campos de conhecimento no nosso país (o Direito, nesse caso, é uma exceção).

¹⁴ BRASIL, Superior Tribunal de Justiça Disponível em http://www.stj.jus.br/portal_stj/publicacao/engine.wsp? Acesso em 09.07.2012

Segundo Nalini¹⁵,

O consumismo é o grande pecado ético dessa Era: acumular bens, substituí-los sem necessidade, navegar na ilusão de que a multiplicação da posse e propriedade de objetos desnecessários constitui remédio para o vazio existencial e para angústia da morte.

Como bem disse Aristóteles¹⁶, o homem é um animal político e fora da sociedade ele é um selvagem ou um deus, portanto, cabe também a ele, uma mudança ou uma transformação de um antigo modelo de sociedade para um novo, que substitua antigos valores e comportamentos dos consumidores por uma nova base de consumo consciente, enfocando, a já mencionada, sustentabilidade do meio ambiente, equilíbrio da prosperidade econômica e a justiça social.

Além disso, o cidadão deve abandonar a velha ideia de que complexos problemas devam ser solucionados por órgãos dos Estados ou agências multilaterais, permanecendo inerte e esquivando-se de sua responsabilidade perante a sociedade, ao abdicar de seus direitos, e se omitir dos deveres, sem perceber que o poder de transformação lhe pertence.

No Brasil, há quase uma década a doutrina¹⁷ aponta a necessidade de se adotarem normas específica de regulação da matéria. O impacto monetário e financeiro da difusão desmesurada do crédito, tais o risco de inflação, a repercussão sobre o nível salarial e a taxa de desemprego, além dos custos sociais que representam, são provas da necessidade de intervenção normativa em tal questão.

No intuito de prevenir o superendividamento, importa reforçar a proteção do consentimento do consumidor, mediante informação adequada sobre os riscos das operações¹⁸. A ideia provavelmente mais urgente a ser posta em prática é a de “crédito responsável”, devendo-se impor aos fornecedores de crédito, como imperativo de boa-fé, a avaliação da capacidade de reembolso dos consumidores, a evitar o seu superendividamento.

Nessa esteira, as novas propostas trazem, além da revisão das facilidades oferecidas, o dever do fornecedor em avaliar o histórico de endividamento do consumidor com base no perfil traçado pela empresa que vai liberar crédito e a obrigação do fornecedor ou instituição bancária de comprovar as consultas para liberação desse crédito, mediante análise.

¹⁵ NALINI, Jose Renato, *Ética Geral e profissional*, Revista dos Tribunais, 2004, pg. 178

¹⁶ ARISTÓTELES apud Pegoraro, *Ética é Justiça*. Petrópolis; Vozes. 9ª edição - pg. 29,

¹⁷ MARQUES, Cláudia Lima. *Os Contratos de Crédito na Legislação Brasileira de Proteção ao Consumidor*, in: Revista de Direito do Consumidor, n. 17, 1996, p. 36 e ss

¹⁸ COSTA, Geraldo de Faria Martins. *Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês*. São Paulo, RT, 2002.

Sabe-se que a proposta principal não é de acabar com o crédito da população, mas sim ofertar de maneira consciente para evitar o superendividamento das famílias. O crédito não pode ser uma ferramenta decisiva para contribuir para o endividamento desmedido do consumidor. Afinal, o superendividamento está diretamente atrelado à concessão de crédito além da capacidade de pagamento do consumidor.

O texto recomenda que haja revisão e pactuação de dívida no que se refere à conciliação da dívida do consumidor. De acordo com a proposta, um plano de pagamento vai auxiliar o consumidor interessado em quitar suas dívidas, com prazo máximo de cinco anos, de maneira que sejam preservados os pagamentos das contas de subsistência, como por exemplo, água e luz. Para tanto, a reforma do Código de Defesa do Consumidor propõe que seja realizada uma análise da finalidade do dinheiro emprestado, sem olvidar que os especialistas em economia recomendam que o máximo de comprometimento para pagar dívidas é de 70% da renda.

Assim, o PROCON vem orientando como soluções para o problema buscar alternativas viáveis para sair do endividamento, além de sempre pesquisar linhas de créditos mais baratas que ofereçam juros amenos e evitar pagar o cartão de crédito pelo valor mínimo sugerido, lembrando que dívidas nunca podem ultrapassar 30% do orçamento familiar.

A situação sobre o superendividamento das famílias brasileiras, bem como o desenvolvimento sustentável, de modo geral, vem se colocando cada vez mais na pauta de discussões de governos. Existe, no entanto, o sentimento de urgência mostra que ainda há muito trabalho a ser feito nessa direção e um longo caminho a percorrer.

CONCLUSÃO

Pode-se concluir, por todo o exposto, que as situações de superendividamento do consumidor, cada vez mais corriqueiras na realidade atual – fortemente caracterizada pelo consumo em massa e pelo recurso desmedido ao crédito –, exigem do legislador medidas enérgicas de combate aos abusos cometidos pelas instituições concedentes de crédito. Mas não é só.

Faz-se imperioso, também, promover a educação e a instrução dos consumidores no que se refere à administração de seu orçamento familiar e às implicações que o recurso irrefletido ao crédito podem gerar, de modo a incentivar o consumo consciente e o uso ponderado do crédito ofertado no mercado.

Trata-se, em última análise, de enfrentar uma realidade que há muito não corresponde aos objetivos constitucionais de uma sociedade livre, justa e igualitária, em que a dignidade da pessoa humana deve ser protegida e tutelada em todos os setores da sociedade.

A questão do superendividamento não é e nem pode ser entendida como proteção da inadimplência. Muito ao contrário, reconhecer e enfrentar essa realidade é providência indispensável a reposicionar o debate e trazer os fornecedores de crédito à sua responsabilidade de fornecer adequada e previamente informação ao consumidor, garantindo-lhe o real direito à liberdade de escolha e preservando a sua dignidade.

Se o fornecedor de crédito cumprisse o Código de Proteção e Defesa do Consumidor – principalmente, no tocante à oferta e publicidade, demonstrando todos os riscos e consequências do recebimento do crédito bem como avaliando a capacidade de endividamento do consumidor e a ausência de poder de negociação desse, possivelmente a situação de endividamento não estaria tão séria (ou o contrato objeto não teria sido firmado ou o teria sido em outros termos e condições).

Repita-se por verdadeiro que o reconhecimento do fenômeno do superendividamento e a busca de soluções não visam, por nenhuma hipótese, ao "estelionato por via judicial" ou qualquer meio protelatório de pagamento de dívida. Pretende-se, de um lado, encontrar uma solução digna para a situação dos cidadãos e cidadãs que já estão nessa situação e, de outro propiciar a mudança de atitude do fornecedor de crédito, adequando-a ao que determina o nosso Código Brasileiro de Proteção e Defesa do Consumidor.

Revela-se igualmente urgente e necessário o reconhecimento do serviço de concessão de crédito como nocivo e perigoso e a consequente adequação da publicidade e oferta de tais serviços às como já acontece com as de cigarro e bebida alcoólica.

Imprescindível, ainda, o cumprimento do artigo 5º do CDC no sentido de se instituírem Defensoria, Promotoria e Magistratura especializadas em Direito do Consumidor e o estímulo a soluções extrajudiciais, como o que está sendo protagonizado pelo Fórum de Defensores Públicos do Consumidor. Cumpre lembrar que, como demonstrado, as decisões judiciais específicas sobre superendividamento são oriundas de Estados onde há Defensoria Pública especializada.

É de se ressaltar ainda que a ausência de proteção específica ao cidadão superendividado pode excluí-lo do mercado de consumo e, por consequência, contribuir para o aumento da insegurança pública em face do seu afastamento das mínimas condições de vida digna, caso o Estado continue se omitindo de enfrentar sistemática e institucionalmente o problema. É preciso que se priorize a articulação de forças para que se tenha um desenvolvimento econômico e social justo, equilibrado e sustentável.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós-modernidade* (tradução: Mauro Gama e Cláudia Martilnelli Gama). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação*. São Paulo: RT, n. 55, jul./set. 2005, p. 122, REsp n. 264.085/RS, relator Ministro Jorge Scartezini, DJ de 27.9.2004.

CASADO, Márcio Mello. *Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro*. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *O direito do consumidor endividado e a técnica do prazo de reflexão*, São Paulo: RT, n. 43, jul./set. 2002.

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

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, São Paulo: RT, 2002.

_____, (Os Contratos de Crédito na Legislação Brasileira de Proteção ao Consumidor)
In: Revista de Direito do Consumidor, n. 17, 1996, p.36 e ss

_____,CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006, p.256.

_____,BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MIRAGEM, Bruno. *Comentário ao Código de Defesa do Consumidor*. 2. ed. São Paulo: RT, 2006

MOREIRA, Alice. O que é psicologia econômica. LAPE, Belém/PA. Disponível em: <http://www.cpgp.ufpa.br/lape/portug/contato.htm>> acesso em 15.06.2012.

NALINI, Jose Renato, *Ética Geral e profissional*, Ed: Revista dos Tribunais, 2004.