



Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro

O Superendividamento do Consumidor de Crédito

Mariana Lessa Silva

Rio de Janeiro
2015

MARIANA LESSA SILVA

O Superendividamento do Consumidor de Crédito

Artigo apresentado como exigência de conclusão de Curso de Pós-Graduação Lato Sensu da Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro.

Professores Orientadores:

Mônica Areal

Neli Luiza C. Fetzner

Nelson C. Tavares Junior

Rio de Janeiro
2015

O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR DE CRÉDITO

Mariana Lessa Silva

Graduada pela Faculdade de Direito da Universidade Cândido Mendes. Juíza Leiga no III Juizado Especial Cível da Comarca da Capital - Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Advogada

Resumo: O presente trabalho objetiva a discutir sobre a proteção do consumidor superendividado. Ademais, analisa os princípios e dispositivos presentes na Constituição Federal, bem como no Código de Defesa do Consumidor, na qual se verifica que há uma tutela ao consumidor superendividado, entretanto, uma tutela insuficiente. Ainda, tem como objetivo defender a necessidade de uma legislação específica para prevenir e proteger o consumidor superendividado frente ao fornecedor que fornece crédito de forma irresponsável.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Proteção do Consumidor Superendividado. Princípio da Dignidade da Pessoa Humana. Princípio do Empréstimo Responsável.

Sumário: Introdução. 1. O Superendividamento. 1.1. Contextualização do superendividamento: Conceito, Causa e Efeito. 2. Princípios. 2.1. Da Dignidade da Pessoa Humana. 2.2. Da 3. Prevenção e Proteção do Superendividamento. Conclusão. Referências.

INTRODUÇÃO

No Brasil, nas últimas décadas, houve um aumento no poder de consumo e de crédito concedido ao consumidor da classe C e D. Entretanto, houve um aumento desproporcional de crédito ante a renda dos consumidores, tal aumento propiciou ao consumidor o acesso aos produtos e aos serviços antes não acessíveis, bem como trouxe o superendividamento.

O trabalho em questão irá conceituar, bem como trazer as causas e efeitos do superendividamento, de modo que o crédito concedido sem a informação e responsabilidade gerará ao consumidor uma incapacidade de pagar as dívidas assumidas, ou seja, se tornará inadimplente. Assim, o superendividamento passa a ser um problema econômico e social.

O problema surge quando o crédito é fornecido de forma irresponsável e desacompanhado de informação precisa e fundamental ao consumidor, pois o crédito irresponsável poderá comprometer o orçamento por inteiro de um consumidor e aumentar o nível de inadimplência.

O artigo pretende, ainda, demonstrar através de princípios a tutela e proteção do consumidor superendividado, como os princípios da boa-fé objetiva e seus deveres anexos (cooperação, proteção, lealdade, informação) e da função social.

Desta forma, diante da realidade do consumidor superendividado, surge à necessidade de prevenção e de proteção ao referido consumidor.

O presente trabalho objetiva a discutir sobre a proteção do consumidor superendividado. Ainda, tem como objetivo defender a necessidade de uma legislação específica para prevenir e proteger o consumidor superendividado frente ao fornecedor que fornece crédito de forma irresponsável.

Por fim, a pesquisa que se pretende realizar seguirá a metodologia bibliográfica, de estudo descritiva – qualitativa e exploratória.

1. O SUPERENDIVIDAMENTO

No Brasil, a democratização do crédito veio acompanhada com o aumento do superendividamento do consumidor, uma vez que há o fornecimento do crédito para o consumidor ter acesso aos bens e serviços, porém muitas vezes de forma irresponsável. A falta de informação e de educação financeira contribui para o aumento do consumidor superendividado.

Importante ressaltar que o crédito e o consumo são importantes para a economia do país, uma vez que o crédito impulsiona as aquisições de serviços e de bens de consumo, que

por sua vez promovem o crescimento da economia e a geração de novos empregos. O problema surge quando o crédito é fornecido de maneira irresponsável e desenfreado para os consumidores.

O crescimento do fornecimento indiscriminado de crédito tem como consequência direta o comprometimento da parte da renda referente a subsistência do consumidor e também um aumento significativo na inadimplência, que promove prejuízo a ambas as partes dos contratos, bem como a economia de forma geral. Assim, o superendividamento é um fenômeno social e jurídico de grande relevância para a sociedade de consumo moderna.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO: CONCEITO, CAUSAS E EFEITOS

Na sociedade atual, são criadas novas e facilitadas formas de crédito a cada dia que passa, o que alimenta o consumidor na busca, muitas vezes desenfreada, de uma felicidade que é vendida na mídia como possível a todos. Tal fato desencadeia um padrão consumista que só torna o superendividamento cada vez maior.

O superendividamento pode ser definido como a impossibilidade do consumidor de boa-fé de quitar suas dívidas atuais e futuras, tendo em vista que tal dívida compromete o mínimo a subsistência do consumidor.

A ilustre professora Cláudia Lima Marques conceitua o superendividamento como “a impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras”¹.

1 MARQUES, Cláudia Lima, *Direito do Consumidor endividado: superendividamento e crédito*, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p.2011.

Cabe destacar, ainda, a definição de superendividamento segundo Heloísa Carpena: “ Trata-se de um fenômeno social que atinge o consumidor de crédito, pessoa física, que, agindo de boa-fé, voluntariamente ou em virtude de fatos da vida, contrai dívidas, cujo total, incluindo vencidas e a vencer, compromete o mínimo existencial garantido constitucionalmente. “²

Importante ressaltar que a doutrina europeia separa o superendividamento entre passivo e ativo³.

O superendividado passivo é quando o consumidor não conseguiu quitar a dívida em razão de circunstâncias imprevistas, por exemplo, o desemprego.

Já o ativo é quando o consumidor utiliza o crédito e ultrapassa a sua renda. O superendividado ativo se subdivide em inconsciente e consciente. O inconsciente é aquele que não soube calcular a dívida em seu orçamento em razão de falta de informação pelo fornecedor ou por acesso ao crédito de forma irresponsável, ou seja, é consumidor de boa-fé. Quanto ao consciente, este está excluído de tutela protetiva, uma vez que o consumidor contrata o crédito já sabendo que não irá honrar a dívida, isto é, consumidor de má-fé.

No Brasil, a maior causa para o superendividamento do consumidor são as situações imprevistas que acontecem ao decorrer da vida. Os consumidores ficam superendividados em razão do desemprego, doença ou acidente, separação/dissolução de união estável, morte de alguém que contribuía para o orçamento da família, bem como outros motivos que reduzem a renda. ⁴

2 CARPENA, H. Contornos Atuais do Superendividamento. In: MARTINS, G.M (Coord). *Temas de Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010, p.232.

3 MARQUES, Maria Manuel Leitão (coord). *O endividamento dos consumidores*. Coimbra: Almedina, 200, p.2.

4 LIMA, Clarissa Costa de. *O Tratamento do Superendividamento e o Direito de Recomeçar dos Consumidores*. São Paulo: RT, 2014, p.39.

Outro fator preponderante para o crescimento do superendividamento é o consumo movido impulso, ou seja, sem um planejamento financeiro adequado e subestimando o risco do negócio jurídico celebrado entre as partes.

A falta de informação e de educação financeira também contribui para o crescimento do superendividamento. O consumidor ao contratar deve ser informado, de forma clara e preferencialmente concisa, de todas as condições do contrato, bem como do impacto que tal contrato irá ter em sua renda.

Importante mencionar o papel fundamental da mídia nessa crescente do superendividamento, pois a publicidade agressiva de novas formas de crédito incita o consumo excessivo e, por conseguinte, o superendividamento do consumidor. Tal estratégia de mídia pode inclusive afetar pessoas mais vulneráveis como as crianças e os devedores que acabaram de sair de um status de superendividado.

No que tange às crianças, a publicidade pode estimular o consumo excessivo e indiscriminado, haja vista que essas crianças e adolescentes, na sua situação peculiar da pessoa em desenvolvimento, são mais suscetíveis a influencia da mídia e do grupo. O principal problema de forma geral é que os desejos impetrados pela mídia na mente dos jovens são artificiais, supérfluos e não refletem a suas necessidades reais desses jovens.

Quanto aos devedores que saíram a pouco tempo da inadimplência, nota-se um cuidado necessário, tendo em vista a fragilidade da situação financeira em que se encontram esses consumidores.

Os efeitos do superendividamento são vários. O primeiro é em relação ao consumidor que se torna menos produtivo, já que perde a vontade de aumentar sua renda formal, haja vista que sua renda está toda comprometida com os credores. Desta forma, o consumidor vai para a economia informal com o intuito de evitar os seus credores.

Outro efeito é a dificuldade de manter a subsistência e a qualidade de vida, tal situação pode levar ao problema direto de efetivo comprometimento da renda mínima necessária para manter o sustento da família ou para uma situação conflituosa e estressante entre os consumidores inadimplentes e os respectivos credores..

Ademais, o superendividamento gera a insegurança econômica, em especial para os consumidores de baixa renda, uma vez que dependem de crédito para as despesas básicas e essenciais para a família.

Outrossim, o estresse causado por dívidas financeiras é um efeito negativo, haja vista que acarreta em problemas de saúde e psicológicos como por exemplo depressão e acessos de raiva, tais complicações costumam ter efeitos destrutivos na vida social e no próprio ambiente de trabalho, o que pode acarretar em uma piora ainda maior de sua situação financeira.

Assim, o superendividamento do consumidor necessita de uma tutela e prevenção, tanto para a proteção do consumidor que sofre com o superendividamento como para o próprio credor através da redução da inadimplência. Tendo em vista seu impacto e relevância cada vez maior na sociedade brasileira e mundial, torna-se notório que representa um fenômeno social e jurídico.

2. PRINCÍPIOS

Os princípios são fontes do servem para prevenir o superendividamento, tendo em vista que garantem um empréstimo responsável entre o consumidor e o fornecedor, bem como a dignidade do consumidor vulnerável.

2.1 - DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA

A Constituição Federal de 1988 consagrou o princípio da dignidade da pessoa humana como um fundamento da República, conforme art. 1º da referida Constituição⁵, sendo sob ótica deste princípio, o dever da análise da proteção do devedor superendividado.

Cabe destacar que a defesa do consumidor está amparada na Constituição Federal como um direito fundamental, conforma artigo 5, inciso XXXII, bem como princípio geral da atividade econômica, de acordo com artigo. 170, inciso V da Constituição Federal⁶.

Assim, o direito do consumidor é um direito fundamental, isso porque o consumidor busca no mercado suas necessidades essenciais.

O direito do consumidor reconhece que o consumidor deve ter uma vida digna, não podendo ser violado pelo fornecedor, conforme artigo. 4º do Código de Defesa do Consumidor⁷.

O princípio da dignidade da pessoa humana visa proteger o consumidor superendividado, garantindo a esse consumidor condições digna de sobrevivência, pois o fornecedor não pode ofender a dignidade do consumidor.

Certo é que o referido princípio garante ao consumidor superendividado uma vida digna.

5 BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm . Acesso em: 15 abr. 2015.

6 BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm . Acesso em: 15 abr. 2015.

7 BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm . Acesso em: 15 abr. 2015.

Verifica-se que o princípio da dignidade da pessoa humana deve prevalecer quanto à garantia creditícia, uma vez que deve assegurar meios indispensáveis à sobrevivência do consumidor superendividado, de modo a garantir a todos uma vida digna.

No caso sob exame, deve reconhecer o mercado como um espaço livre para o desenvolvimento econômico, bem como reconhecer que a população não pode ser reduzida à lógica das regras do mercado financeiro, sob pena de ofender o princípio da dignidade da pessoa humana.

O consumidor superendividado vive em situação de exclusão social, atingindo seu padrão de dignidade de vida. Sob essa ótica da proteção do superendividamento, conforme adverte Marília de Ávila e Silva Sampaio, “Não raro o devedor superendividado vivencia situação de exclusão social, afetando o padrão de dignidade de vida desse devedor e sua família, o que tende a se agravar, diante da oferta de crédito e de acesso fácil ao dinheiro, a bens e à fruição de serviços. Assim, o estudo do superendividamento no mundo jurídico permite a inclusão social deste consumidor superendividado, com sua reinserção no mercado de consumo e na sociedade desse tipo de consumidor”.⁸

Desta forma, o referido princípio serve como proteção para o consumidor de boa-fé, que se tornou superendividado em razão da democratização de crédito de forma irresponsável pelo fornecedor, tendo em vista que este fornecedor concede crédito acima da capacidade de adimplemento do consumidor.

⁸ SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva. In: ANDRIGHI, Fátima Nancy (coord). *Responsabilidade Civil e Inadimplemento no Direito Brasileiro*. São Paulo: Atlas, 2014, p.222.

Assim, o princípio da dignidade da pessoa humana vem para permitir a inclusão social do consumidor superendividado, garantindo uma vida digna para ele e sua família.

2.2- DO EMPRÉSTIMO RESPONSÁVEL

O princípio do empréstimo responsável consiste em ter o fornecedor um dever em analisar a situação financeiro do consumidor no momento em conceder o crédito, tendo em vista que o crédito não poderá afetar a dignidade de vida desse consumidor e de sua família.

O fornecedor deve solicitar informações ao consumidor para que aquele analise se este terá condições de adimpler realmente com a obrigação pactuada entre as partes.

O Código de Defesa do Consumidor menciona o dever de transparência no artigo 4º, caput.

O dever de transparência significa informação clara e adequada, a lealdade e a cooperação entre o consumidor e o fornecedor, isto é, preconiza que deve ser atingida a legítima expectativa do consumidor na contratação.

Ademais, o Código de Direito do Consumidor estabelece como direito básico o direito à informação, conforme o artigo 6º, inciso III, do referido diploma legal, devendo sempre o fornecedor informar de maneira clara e adequada os diferentes produtos e serviços, bem como o risco que apresentem.

Cabe destacar, ainda, que o Código de Direito do Consumidor, artigo 6º, inciso II, menciona como direito básico a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços.

O dever de informa, bem como o dever de advertência, traduzem em um meio de prevenção e proteção ao consumidor, visto que esse poderá antes mesmo de realizar um negócio jurídico, refletir sobre as condições do negócio que irá celebrar.

Ocorre que a mídia reflete uma publicidade agressiva, omissa e enganosa, de modo que não permite ao consumidor refletir sobre as condições da concessão de crédito, tornando mais uma vítima do endividamento superior às suas capacidades de adimplemento, surgindo o consumidor superendividado.

A realidade é que o consumidor é atraído por uma oferta ou publicidade sem qualquer informação adequada e clara, em que o fornecedor não tem a conduta de conceder crédito de forma responsável.

A concessão de crédito de forma irresponsável faz com que cresça mais ainda o número de inadimplente, uma vez que o fornecedor concede crédito de forma banalizada com juros abusivos.

Verifica-se que o direito deve proteger a opção pelo crédito para consumo, com prevenção e proteção ao consumidor superendividado.

Importante mencionar que o artigo 52 do CDC estabelece que o fornecedor tem o dever de informar prévia e adequadamente o consumidor sobre todos os aspectos da contratação de crédito ou concessão de financiamento, o que não ocorre em muitos casos de aposentados e pessoas de baixa renda.

O princípio do empréstimo responsável está amparado no dever anexo da boa-fé objetiva, isso é, o dever de informação. Esse dever não é somente prestar uma informação objetiva, mas também o dever de aconselhamento. Assim, o fornecedor não deve apenas se ater em explicar as condições objetivas do contrato, mas também deve aconselhar o consumidor.

Certo é que o dever de informação é um dos instrumentos de prevenção do superendividamento.

O dever de informação é recíproco, isto é, o consumidor também tem dever de prestar informação que somente ele detém, para o fornecedor analisar se o consumidor ficará inadimplente ou não.

Por fim, o princípio em questão se traduz em uma obrigação ao fornecedor, sendo este mais ativo na participação no momento da contratação, uma vez que deve analisar se a concessão do crédito irá comprometer a dignidade de vida do consumidor.

3. PREVENÇÃO E PROTEÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO

No Brasil, não há uma regulamentação específica para a questão do superendividamento.

O ordenamento jurídico brasileiro carece de uma regulamentação específica sobre o tratamento do superendividamento, com a finalidade de prevenir o superendividamento e contribuir para uma economia doméstica mais saudável e estável.

Cabe esclarecer que tal lei não teria como finalidade de combater o desenvolvimento do crédito, mas sim conceder o crédito de forma responsável.

A Clarisse Costa de Lima esclarece que “diversas iniciativas e respostas legislativas estão surgindo para regular a prevenção e o tratamento do superendividamento em nível nacional e internacional.”⁹

Importante mencionar que na França, por exemplo, já existe uma lei regulamentando o superendividamento do consumidor, na qual prever benefícios tanto para o consumidor quanto para o fornecedor.

No direito brasileiro, O Código de Defesa do Consumidor, no art. 52¹⁰, estabeleceu apenas quais as informações que devem ser prestadas ao consumidor vulnerável, mais isso não evita o acontecimento do fenômeno do superendividamento.

Ademais, o artigo 37 do referido código¹¹, que estabelece que é proibida a publicidade enganosa e abusiva, veio de forma tímida, razão pela qual também é pouco no que tange à prevenção e ao tratamento do superendividamento.

Atualmente é utilizado como forma de prevenção e proteção do superendividamento os princípios da dignidade da pessoa humana, do empréstimo responsável, bem como da boa-fé objetiva e seus deveres anexos de lealdade e cooperação.

Importante destacar que todo consumidor é vulnerável e necessita de uma regulamentação abrangendo o tratamento do superendividamento, para evitar que o fenômeno se instale e provoque os efeitos maléficos que são sentidos por todas da sociedade, por exemplo, a insegurança econômica no país. Vale lembrar que todo consumidor é vulnerável frente ao fornecedor, uma vez que o consumidor não tem conhecimentos técnicos do produto ou serviço do fornecedor.

9 LIMA, op. cit., 2014, p.43.

10 BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm . Acesso em: 15 abr. 2015.

11 BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm . Acesso em: 15 abr. 2015.

Desta forma, mesmo com a utilização dos referidos princípios e dos artigos citados acima, ainda remanesce a necessidade de criação de uma regulamentação específica do tratamento do superendividamento.

Verifica-se que as fontes que são utilizadas atualmente pelos juristas não são suficientes para prevenir e proteger o superendividamento. Assim, é necessário uma lei específica para o instituto do superendividamento.

CONCLUSÃO

O superendividamento pode ser definido como a impossibilidade de o consumidor de boa-fé quitar suas dívidas atuais e futuras, tendo em vista que tal dívida compromete o mínimo a subsistência do consumidor.

O aumento de crédito de forma irresponsável gera o superendividamento do consumidor, tornando um problema social e econômico na sociedade.

Importante ressaltar que o crédito e o consumo são importantes para a economia do país, uma vez que o consumo e o crédito geram mais empregos, porém o problema está no fornecimento de crédito de forma irresponsável.

Os fatores preponderantes para o crescimento do superendividamento são: o desemprego, a contratação sem qualquer planejamento financeiro, a falta de informação e de educação financeira, a publicidade agressiva.

Quanto aos efeitos, constata que o consumidor se torna menos produtivo; tem dificuldade de manter a subsistência e a qualidade de vida; problemas de saúde; e a insegurança econômica.

Os princípios da dignidade da pessoa humana, do empréstimo responsável e da boa-fé objetiva, juntamente com seus deveres anexos de lealdade, cooperação e informação, visam a prevenir e proteger o fenômeno do superendividamento, entretanto, não são suficientes.

Dessa forma, há necessidade de uma lei específica para regulamentar o instituto do superendividamento, tendo em vista o crescimento desse fenômeno na sociedade brasileira.

REFERÊNCIAS

ANDRIGHI, Fátima Nancy. *Responsabilidade Civil e Inadimplemento no Direito Brasileiro*. São Paulo: Atlas, 2014.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 15 abr. 2015.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em: 15 abr. 2015.

CARPENA, H. Contornos Atuais do Superendividamento. In: MARTINS, G. M. (Coord.) *Temas de Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

GIANCOLI, Brunno Pandori. *O Superendividamento do consumidor Como Hipótese de Revisão dos Contratos de Crédito*, São Paulo: Verbo Jurídico, 2008.

LIMA, Clarissa Costa de. *O Tratamento do Superendividamento e o Direito de Recomeçar dos Consumidores*. São Paulo: RT, 2014.

MARQUES, Cláudia Lima, *Direito do Consumidor endividado: superendividamento e crédito*, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva. *Responsabilidade Civil e Inadimplemento no Direito Brasileiro*. In: ANDRIGHI, Fátima Nancy (coord). São Paulo: Atlas, 2014.