

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
ESCOLA DE DIREITO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO - PPGD

VIVIANA VANESSA BARBOSA MONTAÑEZ

**O SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES E A RESPONSABILIDADE
DO ESTADO NO SEU ENFRENTAMENTO**

CURITIBA

2018

VIVIANA VANESSA BARBOSA MONTAÑEZ

**O SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES E A RESPONSABILIDADE
DO ESTADO NO SEU ENFRENTAMENTO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica do Paraná na área de concentração de Direito Socioambiental e Sustentabilidade e linha de pesquisa Estado, Sociedades e Meio Ambiente.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Carlos Efig

CURITIBA

2018

VIVIANA VANESSA BARBOSA MONTAÑEZ

**O SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES E A RESPONSABILIDADE
DO ESTADO NO SEU ENFRENTAMENTO**

Dissertação apresentada no Programa de Pós-graduação da Pontifícia Universidade Católica do Paraná como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Direito.

Área de Concentração: Direito Socioambiental e Sustentabilidade. Linha de Pesquisa: Estado, Sociedades e Meio Ambiente.

BANCA EXAMINADORA

Professor Dr. Antônio Carlos Efig

Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR

Professora Dr. Andressa Cristina Baggio

Convidada

Professor Dr. Vladimir Passos de Freitas

Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR

Curitiba, 21 de março de 2018

A Alba que con su constancia y amor me hacen cada día mejor persona, a Jhon que persigue conmigo mis sueños y a Samuel que todos los días comparte conmigo su fórmula de la felicidad, el más amoroso e incondicional hermano.

AGRADECIMENTOS

A minha mãe, que com sua absoluta dedicação e devoção me incentiva e apoia todos os dias em busca da felicidade, e que me inspira com seu grande caráter, amor e sabedoria. Para ela, todo o crédito por este trabalho e por cada decisão que eu tomo na vida.

A meu pai, que mesmo na adversidade me segue a cada passo que dou e em cada projeto em que me comprometo, que me ama e sente minha falta tanto como eu sinto a dele.

A Samuel por cada dia me inspirar e me ensinar com seu grande coração, sendo a pessoa mais incondicional e feliz que eu conheço, e por ser meu amado irmão.

Ao meu tio Raul, que muito cedo me ensinou o valor do trabalho, e a apreciar os grandes e pequenos momentos.

A minha família por me ensinar o valor da união, por sua compreensão em tempos difíceis e por fazer das minhas alegrias e realizações suas, porque são deles.

A Alejandro por me desafiar a cada dia, pelas longas conversas, por sua companhia e por compartilhar sua vida e maneira de pensar comigo. Para ele, todo meu carinho, gratidão e admiração.

Ao Professor Antônio Carlos Efig, que me guiou e me ensinou coisas valiosas com paciência e bom humor, e certamente deixou sua marca e perspectiva incorporada neste trabalho e na minha vida profissional. Um grande ser humano e gerente desta conquista.

A Mariana, Flavia, Sylvia, João, Maria Augusta, Carmem, Rulyan, Adriele, Ana, Paula, Bruna, Bárbara e todos os que fizeram da minha estadia no Brasil uma experiência maravilhosa, que me ofereceram sua amizade e abriram as portas da sua casa e seu país para mim, sempre estarão no meu coração.

A Eva, Glair e Daiane, que compartilharam comigo sua simpatia e carinho.

À Pontifícia Universidade Católica do Paraná por permitir-me conhecer um novo universo de conhecimento e enriquecer-me como profissional e como ser humano.

RESUMO

O superendividamento dos consumidores apresenta-se como um dos problemas sociais e econômicos da modernidade, produto da ausência de políticas públicas responsáveis de consumo consciente e educação para o consumo, da democratização do crédito, da falta de informação clara e precisa por parte dos fornecedores ao respeito de um consumidor vulnerável, exposto a uma grande influência do mercado, da publicidade e da mesma sociedade de consumo. Este estudo pretende sintetizar os regimes de proteção do consumidor à luz das ordens jurídicas brasileira e colombiana e apresentar a sociedade de consumo de uma forma crítica, a partir do direito e de outras disciplinas como a psicologia e a sociologia, compreendendo os desafios que ambiental e culturalmente se enfrentam hoje. Também pretende se aprofundar nas causas e consequências do superendividamento dos consumidores e, finalmente, refletir sobre as iniciativas governamentais de enfrentamento ao fenômeno locais e estrangeiras, delimitando a responsabilidade e obrigações dos Estados brasileiro e colombiano frente ao superendividamento dos consumidores como problema social e econômico e como desafio da modernidade. Perante a falta de regulamentação específica sobre a prevenção e tratamento do superendividamento, observada na ordem jurídica colombiana, a ausência de decisões judiciais e a ampla experiência brasileira na proteção do consumidor foram as principais razões para fazer um estudo comparativo à luz dos dois regimes jurídicos.

Palavras-chave: Superendividamento. Consumo. Consumismo. Política Pública e Estado.

ABSTRACT

Consumer over-indebtedness presents itself as one of the social and economic problems of modernity, product of the absence of responsible public policies for consumer consumption and consumer education, the democratization of credit, the lack of clear and accurate information on the part of suppliers to the respect of a vulnerable consumer exposed to a major influence of the market, advertising and consumer society itself. This study aims to synthesize consumer protection regimes in the light of the Brazilian and Colombian legal orders, analyze the consumer society in a critical way, from the law and other disciplines such as psychology and sociology, understanding the challenges that environmental and culturally facing each other today; also seeks to deepen the causes and consequences of consumer over-indebtedness; and finally, to reflect on governmental initiatives to confront the local and foreign phenomena, and to define the responsibility and obligations of the Brazilian and Colombian states in the face of the over-indebtedness of consumers as a social and economic problem and as a challenge to modernity. Given the lack of specific regulations on the prevention and treatment of over-indebtedness, observed in the Colombian legal system, the absence of judicial decisions and the wide Brazilian experience in consumer protection were the main reasons for making a comparative study in light of the two legal regimes.

Keywords: Over-indebtedness. Consumption. Consumerism. Public Policy and State.

SUMÁRIO

1	
1 INTRODUÇÃO	9
2 CONSUMO E PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR.....	13
2.1 NOÇÕES BÁSICAS SOBRE A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CONSUMO E O CONSUMIDOR	13
2.2 PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR NA ORDEM JURÍDICA BRASILEIRA E COLOMBIANA	18
2.2.1 Princípios norteadores e direitos do consumidor.....	24
2.2.2 Vulnerabilidade do consumidor.....	29
2.2.3 Assimetria da informação.....	31
2.3 REFLEXÕES SOBRE O CONSUMISMO COMO PROBLEMA SOCIAL DA MODERNIDADE	32
3 O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO	39
3.1 PARTICULARIDADES DO CONSUMIDOR FINANCEIRO E IDENTIFICAÇÃO DO SETOR	40
3.2 ENDIVIDAMENTO E SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES	46
3.3 CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES	50
3.4 CONSEQUÊNCIAS DO SUPERENDIVIDAMENTO NAS FINANÇAS PESSOAIS E NA ORDEM ECONÔMICA E SOCIAL.....	54
3.5 ANÁLISE DOS DADOS SOBRE CONCESSÃO DE CREDITO DE CONSUMO E SUPERENDIVIDAMENTO NO BRASIL E NA COLÔMBIA	56
4 O TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO E A RESPONSABILIDADE FRENTE AO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO	61
4.1 TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO.....	61
4.1.1 Caso brasileiro: Projeto de Lei 3515/2015	69
4.2 A RESPONSABILIDADE DO ESTADO FRENTE AOS CONSUMIDORES NA PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO	72
4.2.1. A responsabilidade social empresarial na Colômbia.....	76
4.2.2 Educação para o consumo, educação financeira e consumo consciente do crédito	78
4.2.3 Políticas Públicas de enfrentamento do superendividamento.....	82
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
REFERÊNCIAS	91

1 INTRODUÇÃO

Muito embora tivesse se realizado o tempo de prazer e lazer, o surgimento do crédito, em vez de construir um novo padrão de inteligência emocional, acabou formando um *homo consumericus*.

(GAULIA, IN. MARQUES ET AL., 2016, p. 51).

Junto com a inovação e o avanço científico, tecnológico, industrial e informático, a modernidade traz uma série de desafios e problemas que vão atraindo, com mais frequência, a atenção de diferentes atores sociais, especialmente da academia, que se questionam se o acelerado progresso e o conforto experimentado trazem um custo alto demais, tanto para o ambiente como para os grupos humanos marginalizados ou vulneráveis, e para a consciência e identidade social.

Com a globalização se integraram mundos que eram desconhecidos e diversos, com a evolução das comunicações e do transporte, as atividades econômicas, científicas e a vida privada e social se modificaram radicalmente. Relativizaram-se a liberdade de escolha, a ordem social (“*o status*”), a privacidade, as ideias de progresso, prosperidade e desenvolvimento, tudo focado essencialmente ao consumo de bens e serviços de todo tipo.

Como se redefine constantemente, a modernidade se apresenta como um magnífico objeto de estudo para acadêmicos e cientistas sociais, que buscam ressaltar suas qualidades e enfrentar suas desvantagens. A cultura do consumo e sua infeliz degeneração em consumismo é indubitavelmente efeito da mudança dessa nova sociedade, que exige um estudo mais aprofundado e reflexões sobre suas consequências na identidade comum, no desenvolvimento humano e no ambiente.

O consumo por si mesmo não apresenta maiores problemas, porém sua decomposição em consumismo gera grandes desafios na sociedade moderna, pois cria uma cultura e uma identidade social que privilegiam a aquisição de bens e serviços, a exploração dos seres humanos e da natureza em prol da sua satisfação, elimina a linha entre as necessidades e os caprichos e faz com que suas consequências sejam insuportáveis e insustentáveis no tempo. Assim, a ideia de desenvolvimento humano como crescimento econômico se apresenta como uma afronta à sustentabilidade, e o consumismo o veículo perfeito para o tão desejado crescimento do mercado.

O Superendividamento dos consumidores é, sem dúvida, um desses efeitos negativos, que afeta tanto o indivíduo como a ordem econômica e o próprio mercado. Problema que afeta

muitos cidadãos de diferentes faixas sociais, econômicas e culturais, que são consumidores. No entanto, afeta com maior grau a população vulnerável, o que justifica e merece proteção especial do Estado e do Direito, pois são também os consumidores financeiros.

A ideia moderna de democracia tenta ser implantada em todos os campos da vida social. A democratização do crédito é uma dessas aplicações que tem uma face negativa, a possibilidade de obter bens e serviços e diferir o pagamento, e ainda a possibilidade de que qualquer pessoa tenha acesso a esse crédito. Ou seja, a facilidade de obtenção de crédito pelas pessoas mais vulneráveis, pobres e usualmente marginalizadas, criou um fenômeno de endividamento excessivo, de inconsciência social e uma identidade comum com ênfase no consumo.

Diante dessa complexa realidade, o Estado e o Direito não podem ficar alheios, devem se preocupar em compreender o fenômeno global, o contexto e as circunstâncias que estão ao redor dele para propor alternativas aos cidadãos, que exigem um mínimo de garantias e direitos que permitam uma convivência mais ou menos pacífica e condições de vida digna. Nesse sentido, o regime de proteção do consumidor se mostra como a materialização dessas obrigações e princípios norteadores dos Estados modernos Sociais e Democráticos de Direito.

Então, qual deve ser o papel específico do Estado e sua responsabilidade no superendividamento, com o fim de harmonizar a proteção dos direitos dos consumidores financeiros e a conservação da ordem econômica e social? Mesmo assim, que responsabilidade tem o Estado nas decisões de consumo dos cidadãos, que resultam em uma situação de superendividamento?

É claro que a tradição jurídica brasileira de defesa do consumidor é notavelmente mais antiga que as iniciativas colombianas. A proteção do consumidor no Brasil tem sua origem na Constituição Federal da República de 1988, onde adquiriu *status* de garantia constitucional e princípio norteador da atividade econômica, determinação que foi materializada e desenvolvida no Código de Defesa do Consumidor –CDC– (Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990), criando um sistema para a tutela dos direitos dos consumidores.

Particularmente no que tange ao superendividamento dos consumidores, tramita o Projeto de Lei 3515/2015 na Câmara dos Deputados, que aprimora a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e o art. 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.

O Direito de Proteção do Consumidor na Colômbia é relativamente novo e não tem o desenvolvimento que existe no Brasil, em consequência, a regulamentação para a defesa do

consumidor financeiro superendividado está ainda longe de ser uma realidade. Conhecer a experiência brasileira pode ser de muita utilidade para começar a tomar consciência do fenômeno e das alternativas de solução para o problema.

A proteção do consumidor na Colômbia tem seu fundamento na Constituição de 1991. O artigo 78 (capítulo 3º dos direitos coletivos e do ambiente) determina que serão responsáveis aqueles que na produção e comercialização de bens e serviços, atentem contra a saúde, segurança e adequado provisionamento aos consumidores e usuários, de acordo com a lei. A mencionada Lei demorou mais de 10 anos para ser redigida e resultou no chamado Estatuto do Consumidor (Lei 1480 de 12 de outubro de 2011). Mesmo assim, com ocasião da promulgação do Estatuto, foram editadas outras regulamentações aplicáveis à defesa do consumidor financeiro (Lei 1555 de 2012, Lei 1793 de 2016 sobre custos financeiros), à compra de moradia (Lei 1796 de 2016), à proteção de dados pessoais (Lei 1581 de 2012) entre outras similares, e várias resoluções e atos administrativos nesse sentido.

A análise dos regimes jurídicos de proteção e defesa do consumidor será abordada no decorrer do texto, com o objetivo de compreender melhor o contexto do superendividamento e as ferramentas que possuem o Estado e os cidadãos para seu combate.

Assim, com o intuito de contribuir para a compreensão do fenômeno do superendividamento dos consumidores, este estudo pretende refletir sobre suas causas e consequências e determinar qual é o papel do Estado frente ao seu tratamento e prevenção, mesmo assim na promoção de decisões de consumo responsáveis e na vigilância e controle dos estabelecimentos financeiros que oferecem créditos de consumo, para dessa forma exercer uma proteção efetiva dos consumidores, a partir do Direito.

No primeiro capítulo são abordados conceitos fundamentais como consumo e consumidor. Também são analisados os regimes de proteção do consumidor nas ordens jurídicas brasileira e colombiana, trazendo pontos de convergência e divergência. É ressaltada a importância dos princípios norteadores, do reconhecimento e implicações da vulnerabilidade do consumidor, e da assimetria informacional entre consumidores e fornecedores, para finalmente refletir sobre o consumismo como degeneração do consumo e problema da sociedade moderna.

Após contextualizar o fenômeno do superendividamento na sociedade de hoje, no segundo capítulo são identificados os seus atores principais (consumidores financeiros e instituições financeiras) e é diferenciado do simples endividamento. Também se abordam suas características, causas e consequências e, finalmente, serão trazidos alguns dados sobre concessão de crédito e superendividamento no Brasil e na Colômbia.

Por fim, no terceiro capítulo são analisadas as diferentes alternativas e iniciativas de tratamento e combate do superendividamento dos consumidores, a partir de aportes doutrinários e experiências locais e internacionais. Avalia-se a responsabilidade do fornecedor e do Estado na sua ocorrência, prevenção e tratamento, quais são os deveres frente ao consumidor, a importância da educação financeira e para o consumo, o consumo consciente de crédito e as políticas públicas necessárias e existentes para seu combate. Tudo isso para extrair algumas conclusões que permitam refletir sobre a abordagem deste fenômeno que impacta na ordem econômica e social e na cotidianidade dos consumidores, sobre sua constitucionalidade e a questão socioambiental.

2 CONSUMO E PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

O consumo é intrínseco ao ser humano, é necessário consumir bens e serviços para garantir a existência e sobrevivência da humanidade como espécie, é por isso que a questão problemática não é se deixamos ou não de consumir, as questões são: O que consumimos? Qual é o impacto desse consumo no ambiente, na própria vida e na sociedade? Como se definem as necessidades, modos de vida e identidade? Como se educa o cidadão para o consumo? Pretende-se abordar estas e outras perguntas neste estudo, em relação ao superendividamento como problema social e econômico moderno.

A transformação social, econômica e política vivenciada pelo mundo contemporâneo, produto das revoluções científica, tecnológica e das comunicações, faz com que conceitos como consumo e consumidor se tornem relevantes para o direito, pois fugiram de uma simples definição e começaram a ser reflexos de uma sociedade que se torna cada vez mais complexa e exigente do acompanhamento do direito.

Neste capítulo pretende-se refletir sobre a importância do consumo e como a sociedade que deu ênfase nele está se transformando em uma sociedade consumista. Mesmo assim aspira-se ressaltar os aspectos básicos dos regimes de proteção do consumidor no Brasil e na Colômbia, enfatizando a relevância da vulnerabilidade do consumidor e a assimetria informacional do cidadão frente ao fornecedor, que é o especialista na relação de consumo.

2.1 NOÇÕES BÁSICAS SOBRE A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CONSUMO E O CONSUMIDOR

A Real Academia da Língua Espanhola –RAE– define a palavra consumo como a ação e efeito de consumir, especificamente comestíveis ou outros bens, e também se refere ao gasto de energia. Para a RAE, uma sociedade ou civilização “de consumo” é aquela “baseada num sistema tendente a estimular a produção e uso de bens não estritamente necessários” (RAE).

Além da concepção semântica, o consumo tem um amplo conteúdo social que se associa com a criação de uma cultura em torno dele, que identifica a sociedade moderna enquanto experiência social coletiva, e que está intimamente relacionado com as necessidades. Assim, o consumidor sabe quais são as necessidades e as formas de satisfazê-las, embora sua identificação vá depender de diferentes fatores. Sem serem vistas como um conceito social, por um lado as necessidades podem ser consideradas “naturais e evidentes por si mesmas (como as

‘necessidades básicas’ de comida, roupas e teto); por outro lado, são vistas muitas vezes como arbitrárias e subjetivas – como ‘carências’, ‘caprichos’, ‘preferências’ ou ‘desejos’ que dependem inteiramente das peculiaridades dos indivíduos” (SLATER, 2002, p. 12).

Não obstante, é importante aceitar que a expressão “preciso de alguma coisa” traz uma declaração social, não simplesmente no sentido de “influências sociais”, “pressões sociais” ou processos de “socialização” por meio dos quais a sociedade molda o indivíduo, senão que pela sua própria natureza se ligam “a pressupostos de como as pessoas podem, devem ou vão viver em sua sociedade” (SLATER, 2002, p. 13). Além de declaração social, é política, pois envolve afirmações a respeito de interesses e projetos sociais e permitem de alguma forma reivindicar direitos para si mesmo ou para uma coletividade (SLATER, 2002, p. 13).

A compreensão de necessidade como natural ou básica não apresenta maiores inconvenientes, pois evidencia uma característica intrínseca do ser humano como espécie e não somente da condição da dignidade do homem e da mulher, mas na sua dimensão social, pois envolve as relações com os outros, o tipo de vida, os objetivos e projetos pessoais, que traz em alguma medida algo de subjetividade e susceptibilidade para ser influenciado por fatores externos.

Nessa linha, a cultura do consumo vai reclamar não só a satisfação de necessidades básicas, senão também certo modo de vida desejado, o que inclui uma constante definição e delimitação daquelas pelo mesmo sistema em que se encontra inserido o indivíduo, onde indubitavelmente as relações de mercado são determinantes.

No século XIX, a civilização se firmava em quatro instituições: o equilíbrio de poderes, o padrão internacional do ouro como símbolo de uma organização única na economia mundial, o mercado auto regulável e, finalmente, o Estado Liberal, que repousavam na economia de mercado e nas leis que a governam (POLANYI, 2000, p. 17). Assim o mercado e o consumo consideravam-se valores fundamentais da sociedade, que se deviam estimular e proteger, com a manutenção da paz e a intensificação das relações comerciais na Europa Ocidental.

Não obstante, no final do século XIX a precariedade das condições de vida da população vulnerável que nunca se beneficiou com o modelo liberal, senão que se empobreceram mais, fizeram reconsiderar as vantagens e sustentabilidade do liberalismo, e cada vez mais se ouviam as críticas socialistas sobre os direitos civis: “a liberdade não tinha sentido sem a garantia de um conjunto de condições materiais, começando por um ingresso mínimo, saúde, educação” (ESCALANTE, 1962, p. 9).

Com a crise de 1929 e o conseqüente desemprego, o liberalismo puro não conseguiria sobreviver, só a economia de mercado, o individualismo mostra-se como não solidário e

aumentam as manifestações coletivas e as lutas trabalhistas. Esse novo panorama obrigou os intelectuais e políticos da época a procurarem um modelo que resgataria a economia de mercado, o mecanismo de preços como única forma eficiente de organização da economia, e a compatibilização com a liberdade individual, mas com a defesa do Estado de Direito: leis estáveis, princípios gerais, inalteráveis, e um sistema representativo, com algum sistema de seguridade social com financiamento público (ESCALANTE, 1962, p. 11-12). Aquela tentativa de resgate do liberalismo virou um modelo chamado de neoliberalismo, um sistema que mantém os princípios liberais, porém com uma pequena intervenção do Estado e algumas e mínimas concessões sociais, que permitiriam aliviar o descontentamento da população.

No âmbito social, no final do século XIX, a ideia do respeito à diferença, das particularidades culturais e pessoais é que sobressai como fator preponderante na identificação do período da modernidade, que também desenvolveu um projeto humanista que foi caracterizado pela “busca perseverante e inflexível de regras, que ‘se fixarão’, e de fundamentações que ‘não se abalarão’” (BAUMAN, 1997, p. 15), daí que o espaço deixado pela religião estava livre para ser ocupado por novas formas de liderança, que marcaram o modelo do caminho a seguir, se elevando o individualismo como característica fundamental e valor da modernidade.

Além do mercado, o trabalho cobra uma especial relevância dentro da economia de mercado e nos esforços pela industrialização, explica Bauman (1999, p. 17-18) como no começo da industrialização europeia foi implantada a ética do trabalho como norma de vida, que propagava as seguintes ideias: é necessário dar primeiro para receber depois; trabalhar é um valor em si mesmo, uma atividade nobre e hierarquizadora; e trabalhar é bom e não fazê-lo é mau. Assim, o único jeito de obter o que se merece é trabalhando, capacidade que a maioria das pessoas tem. Não obstante, o que pretendiam essas premissas era vencer a resistência de quem não queria contribuir a criação desse mundo industrializado desde as fábricas, submetidos à vontade de outro e aos tempos fixados pelas máquinas e os empregadores. Na prática era uma batalha para impor o controle e a subordinação.

Àquele processo designa-se de implantação da ética do trabalho, que se constituía no eixo de um amplíssimo programa moral e educativo, onde as tarefas atribuídas formavam o núcleo do que mais para frente se chamou de “processo civilizador” (BAUMAN, 1999, p. 25). Nesse sentido, a sociedade em conjunto aceitava e trabalhava na mesma lógica, atendendo a crescente demanda laboral da indústria e excluindo aqueles que não quisessem trabalhar para atender suas próprias necessidades (por exemplo, eliminando qualquer ajuda externa), e assim, colocando o indivíduo na única posição possível que era a de trabalhador.

Com a implantação do trabalho como única alternativa para satisfazer as necessidades, o consumo se faz imperativo, a pessoa encontra-se obrigatoriamente em duas posições, uma de trabalhador e outra de consumidor. Assim, como trabalhar dignifica, consumir, consumir muito e consumir cada vez mais, mesmo que a crédito, é um dever cidadão, em compromisso com o crescimento econômico, pois uma força produtiva abundante e sadia não é suficiente sem o entusiasmo do consumidor (BAUMAN, 1999, p. 48). Essa lógica translada a ênfase do trabalho ao consumo, fazendo depender dele a construção da sociedade, a mobilidade social, o fortalecimento da economia, a identidade pessoal, entre outros aspectos.

A flexibilidade e temporalidade da identidade do indivíduo vieram para substituir a ideia de construir uma única identidade sobre a base do trabalho e para a vida toda, abrindo a possibilidade de ter múltiplas e variáveis identidades, que podem ser esquecidas ou abandonadas em qualquer momento e sem prévio aviso (BAUMAN, 1999, p. 50-51), porém que acham no mercado de consumo a volatilidade e variabilidade dessa constante busca.

Como o neoliberalismo aceita que o mercado não é uma instituição natural, senão que é uma construção histórica que precisa do Estado, de um sistema de leis, normas, instituições, direitos de propriedade e demais (ESCALANTE, 1962, p. 13), é possível que se adapte às mudanças, aos novos requerimentos sociais, culturais e econômicos, e dessa forma cria seres humanos voltados ao consumo, mas com um mínimo de respeito pelos seus direitos individuais e alguns reconhecimentos coletivos, não muitos, porém suficientes para mantê-los trabalhando e consumindo.

Finalmente, deve aclarar-se que consumo é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, enquanto o consumismo é um atributo da sociedade (BAUMAN, 2008, p. 41), fenômeno que será estudado adiante.

Analisada brevemente a evolução do consumo, é necessário abordar o tema do consumidor, esclarecer quem pode ser chamado dessa forma e, em consequência, ser sujeito dos deveres e direitos que a legislação brasileira e colombiana lhe outorga.

Comumente o termo consumidor é associado ao destinatário final dos bens ou serviços oferecidos no mercado. Nessa linha, Antônio Carlos Efig (2011, p. 61) explica que na tentativa brasileira de criação de uma lei específica de proteção e defesa do consumidor, por ocasião da elaboração do Anteprojeto de Proteção ao Consumidor, formulado pelo antigo Ministério da Indústria e Comércio, definia-se de forma incompleta o consumidor como “qualquer pessoa física que contrate para consumo final ou em benefício próprio, a aquisição de bens móveis, a prestação de serviços ou a locação de um bem imóvel” excluindo a aquisição de bens imóveis.

Por sua parte, o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor (PROCON) considerou que o consumidor era “o indivíduo ou coletividade que adquire bens e serviços públicos ou privados, para uso particular, individual ou coletivo” o que traz a inclusão, no âmbito do consumo, dos chamados interesses difusos e coletivos (FILOMENO, 2007, p. 26).

Logo e para uma melhor compreensão do sistema de proteção do consumidor, o CDC brasileiro adotou que o consumidor é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (artigo 2º) e segue o parágrafo único “Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”, definição clara e objetiva que afasta qualquer tentativa de trazer de outras fontes a compreensão precisa deste conceito e que norteia a interpretação das normas de defesa do consumidor a partir da sua promulgação.

Entretanto, a legislação colombiana traz o termo usuário, porém incluído na categoria consumidor, para se referir a

Toda pessoa física ou jurídica que, como destinatário final, adquira, desfrute ou utilize um determinado produto, qualquer a que seja sua natureza para satisfazer uma necessidade própria, privada, familiar ou doméstica e empresarial enquanto não esteja ligada intrinsecamente a sua atividade econômica (artigo 5º, Estatuto do Consumidor, tradução nossa)¹.

Assim, estabelece claramente a exclusão do uso para fins econômicos ou comerciais dos produtos obtidos, quer dizer, com o fim de integrá-los em processos de produção, transformação ou comercialização. Mesmo assim, por produto deve-se entender bens e serviços. Também se considera consumidor quem adquire o produto com o fim de satisfazer uma necessidade empresarial, sempre que não esteja relacionada intimamente com sua atividade econômica ou profissional.

A postura apresentada pelo legislador colombiano ajusta-se à concepção do consumidor em sentido estrito, que é a mais generalizada, na qual o consumidor é aquele que “adquire, possui ou utiliza um bem ou um serviço para uso privado (pessoal familiar ou doméstico), de modo a satisfazer as necessidades pessoais e familiares, mas não os que obtêm ou utilizam bens e serviços para a satisfação das necessidades de sua profissão ou de sua empresa” (EFING, 2011, p. 65), a contrário *sensu*, em sentido *lato*, o relevante é o consumo efetivo do bem ou serviço, sem importar se o uso é privado ou profissional.

¹Texto original artigo 5º Estatuto do Consumidor – Lei 1480 de 2011: “*Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiere, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica*”.

E por destinatário final deve-se saber quem é que efetivamente usufrui ou utiliza aquele bem ou serviço, ainda que não seja o comprador daquele. Ou seja, que pode ser reconhecido como consumidor um sujeito, mesmo quando não exista uma aquisição onerosa do produto por parte dele, senão de uma terceira pessoa. E as obrigações surgidas da relação de consumo serão devidas ao destinatário final.

Assim o sistema legal de proteção das relações de consumo protege toda pessoa física ou jurídica de diversas situações e práticas comuns da sociedade de consumo (EFING, 2011, p. 64) nas quais estão incluídas as questões contratuais referidas ao fornecimento de créditos de consumo, publicidade, abusividade nos contratos e demais. Não obstante, no sistema brasileiro o legislador foi além, não fazendo distinções entre os consumidores destinatários finais e os consumidores por equiparação legal (vítimas do evento, a coletividade ainda que indetermináveis, entre outros). Está garantida assim, de forma mais abrangente, a proteção dos cidadãos intervenientes na relação jurídica de consumo.

Particularmente no que tange aos serviços públicos, na Colômbia a Lei 142 de 1994 diz que é consumidor e/ou usuário “toda pessoa física ou jurídica que se beneficia com a prestação de um serviço público, bem como proprietário do imóvel onde se presta, ou como receptor direto do serviço”² (artigo 14, inciso 33) não tem que ser o assinante do contrato de adesão ou condições uniformes de serviços públicos. Assim o conceito de consumidor pode se encaixar nas diferentes situações contratuais ou fáticas que estejam em consideração, mas sempre respeitando parâmetros mínimos e pacíficos da sua definição, especialmente no sistema constitucional e nas normas de natureza cogente.

2.2 PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR NA ORDEM JURÍDICA BRASILEIRA E COLOMBIANA

A concepção moderna de Estado Social e Democrático de Direito traz implícita a ideia do reconhecimento e respeito dos direitos fundamentais, embora só sejam considerados com essa natureza os direitos de liberdade de titularidade individual. Nesse sentido, o direito do consumidor tem uma proteção especial enquanto reduzido a direito individual. Mesmo assim os direitos sociais, econômicos e culturais são considerados de segunda geração ou categoria, que podem ser atendidos só depois dos direitos de liberdade e que demandam algum custo, que

² Texto original: “14.33 Usuario: Persona natural o jurídica que se beneficia con la prestación de un servicio público, bien como propietario del inmueble en donde este se presta, o como receptor directo del servicio. A este último usuario se denomina también consumidor”.

opera como limite à sua prestação, promoção e proteção.

No contexto constitucional brasileiro e colombiano, a literalidade do legislador não basta para excluir a fundamentalidade do direito do consumidor em seu caráter transindividual e coletivo, mesmo dos direitos sociais, econômicos e culturais, pois considera Daniel Hachem (2014, p. 82) que em uma ordem histórica-concreta na qual os direitos sociais constituem parte da sua essência, que não pode ser submetida nem sequer à vontade das maiorias parlamentares qualificadas. Mesmo assim, a vinculação do direito do consumidor (como direito social) com a dignidade humana e a possibilidade de ser reduzido a uma dimensão individual, justificam uma proteção especial e um regime de proteção reforçado tanto no Brasil como na Colômbia.

A necessidade desse regime de proteção veio junto com a crescente industrialização e o desenvolvimento científico e tecnológico, onde surgiu com clareza o desequilíbrio na relação de consumo, refletida na assimetria informacional, no exercício abusivo da posição dominante no contrato e no mercado por parte do fornecedor, no desconhecimento da técnica por parte do consumidor e na ausência de proteção jurídica, deixando como resultado um consumidor enfraquecido, sem voz e com mínimas opções de escolha, vítima de produtos defeituosos, de prejuízos na sua saúde, nas suas finanças e que tinha que fazer frente a condições contratuais insustentáveis. Precisamente esses foram os problemas que deram origem ao Direito do Consumidor, produto de lutas e movimentação social, interesses políticos e econômicos, que forçaram o restabelecimento do equilíbrio entre fornecedores e consumidores.

É por isso que é um grande resultado que no marco do Estado Social e Democrático de Direito a relação de consumo e o exercício da livre empresa tenham que se ajustar aos parâmetros constitucionais de justiça social e igualdade, como garantias de existência digna dos cidadãos, limites da atividade econômica e ferramentas de materialização dos fins supremos do Estado e da mesma sociedade.

A proteção jurídica do consumidor se torna necessária no meio do avanço tecnológico, industrial e das mudanças econômicas, onde as dinâmicas entre atores econômicos e sociais se intensificam, assim:

A noção de contratos de massa, o uso universal das condições gerais de venda, mesmo as ações no campo do Direito de Trabalho ou para a defesa dos chamados interesses difusos surgem como adaptações dos instrumentos jurídicos, a fim de que possam eles desempenhar o controle das imperfeições da produção e dos métodos de distribuição e comercialização dos produtos e da prestação de serviços. A responsabilidade dos produtores frente à massa dos consumidores torna-se coletiva, cabendo aos primeiros a seguridade de sua produção face aos usuários. Em homenagem ao bem-estar da sociedade e das relações humanas, o legislador consagra a proteção ao consumidor, já que se preocupa com os acidentes advindos do uso de produtos e com problemas decorrentes da prestação de serviços (EFING, 2011, p. 25).

Concorda Cavalieri Filho (2011, p. 2), que afirma que a revolução industrial foi uma das origens do Direito do Consumidor, e explica que, com o aumento da capacidade de produção do ser humano, se modificaram os processos de distribuição e comercialização, também a contratação, fazendo surgir novos instrumentos jurídicos, que em princípio eram de domínio do fornecedor e impostos unilateralmente ao consumidor. Deste contexto decorrem práticas abusivas que resultaram em “insuportáveis desigualdades econômicas e jurídicas entre o fornecedor e o consumidor” (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 3).

Outro dos fatores que deram origem ao Direito do Consumidor é o desenvolvimento tecnológico e científico que aumentou os riscos do consumidor, porque “na produção em série, um único defeito de concepção ou de fabricação pode gerar riscos e danos efetivos para um número indeterminado de consumidores. São riscos do consumo, riscos em série, riscos coletivos” (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 3). É precisamente o risco uma das preocupações da modernidade, que tem a ver com a previsão e controle das ações humanas, que se diferencia do perigo no sentido de que este último é produto da sorte ou mesmo da natureza, são infortúnios que caracterizavam a época pré-industrial, porém o risco é criado pelo homem, sempre presente na sociedade industrializada e com um potencial destrutivo maior (BECK, 2002, p. 5). Cada decisão, inovação, produto, descoberta ou invento traz consigo riscos que podem se manter na obscuridade, até se manifestar causando um dano ou impacto no consumidor ou no seu ambiente, efeito que pode ser mesmo imprevisível e incontrolável. Riscos que colocam o indivíduo em uma situação de incerteza e vulnerabilidade e que demandam uma intervenção e responsabilidade social maior.

Assim os esforços foram além de uma simples atualização normativa, para abranger uma postura jurídica capaz de criar um Direito (de Proteção) do Consumidor que tivesse um impacto social significativo e enfrentasse os desafios impostos pela industrialização e respondesse às demandas sociais. Os movimentos pró-consumidor estiveram ligados aos movimentos trabalhistas do final do século XIX e começo do século XX, nos Estados Unidos, por exemplo. Josephine Lowell criou a *New York Consumers League*, uma associação que lutava pela melhoria das condições de trabalho locais e contra a exploração do trabalho feminino em fábricas e comércios. Elaboravam listas contendo o nome dos produtos e empresas que respeitavam os direitos dos trabalhadores e as condições laborais, o que na prática influenciava a conduta das empresas pelo poder de compra dos consumidores (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 4):

Florence Kelley (1899) deu prosseguimento a este trabalho ao reunir as associações de Nova York, Boston, Chicago, Filadélfia e criar a Liga Nacional dos consumidores (*National Consumers League*), com ênfase inicial nas condições de mulheres e

crianças nas fabricas de algodão. A NCL, entretanto, usava a força dos consumidores direcionada para uma causa social, mais do que para a defesa de bons produtos ou de qualidade industrial.

Já no século XX (1906), Upton Sinclair publica o romance socialista *The Jungle* (A selva), no qual descreve, de maneira bastante realista, as condições de fabricação dos embutidos de carne e o trabalho dos operários dos matadouros de Chicago, bem assim os perigos e as precárias condições de higiene que afetavam tanto os trabalhadores como o produto final.

A obra de Sinclair teve tamanha repercussão que décadas de resistência foram vencidas, culminando com a sanção, pelo Presidente Roosevelt, da primeira lei de alimentação e medicamentos (a *Pure Food and Drug Act* - PFDA), em 1906, e da lei de inspeção da carne (a *Meat Inspection Act*), em 1907 (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 4-5).

Porém, foi só até 1962 com a mensagem especial do presidente John F. Kennedy dirigida ao Congresso dos Estados Unidos, sobre Proteção dos Interesses dos Consumidores (*Special Message to the Congresson Protecting Consumer Interest*), na qual disse:

Consumidores, por definição, somos todos nós. Os consumidores são o maior grupo econômico na economia, afetando e sendo afetado por quase todas as decisões econômicas, públicas e privadas (...). Mas são o único grupo importante da economia não eficazmente organizado e cujos posicionamentos quase nunca são ouvidos”, defendeu que eles deveriam ser considerados nas decisões econômicas e que tinham direitos básicos como à saúde, à segurança, à informação, à escolha e a serem ouvidos (Discurso de Jhon F. Kenedy In CAVALIERI FILHO, 2011, p. 5).

Mas foi com a Resolução n° 543 de 17 de maio de 1973, da Assembleia Consultiva do Conselho da Europa, que se criou a Carta de Proteção do consumidor, na qual se definiram diretrizes básicas para a prevenção e reparação dos danos aos consumidores. Logo na Resolução do Conselho da Comunidade Europeia do dia 14 de abril de 1975, “se dividiram os direitos dos consumidores em cinco categorias: (a) direito à proteção da saúde e da segurança; (b) direito à proteção dos interesses econômicos; (c) direito à reparação dos prejuízos; (d) direito à informação e à educação; (e) direito à representação (direito de ser ouvido)” (CAVALIERI FILHO, 2011 p. 6).

Tanto no Brasil como na Colômbia tem-se desenvolvido regimes de proteção dos consumidores, embora o processo brasileiro tenha começado vários anos antes, cobrando verdadeira relevância com a Constituição Federal da República de 1988 e com o Código de Defesa do Consumidor de 1990, instrumentos que ainda continuam se ampliando e enfrentando desafios que trazem as diferentes dinâmicas econômicas, políticas e sociais vivenciadas pelo país. Prova disso é a apresentação e estudo do Projeto de Lei 3515/2015 que tramita na Câmara dos Deputados e que foi conhecido no Senado como Projeto de Lei 283 de 2012 com a seguinte ementa “Altera a Lei n° 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção do

superendividamento”³.

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988 “a proteção do consumidor adquiriu *status* de garantia constitucional e princípio norteador da atividade econômica”. E com “a edição do Código de Defesa do Consumidor restaram esclarecidos e consolidados os direitos dos consumidores, através da criação do microsistema das relações de consumo e da inserção de novas normas e princípios jurídicos para a tutela dos consumidores” (EFING, 2011, p. 27). O artigo 5º, inciso XXXII da Constituição (Título II – Dos Direitos e Garantias Fundamentais, Capítulo I – Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos) estabelece que a defesa do consumidor é um direito fundamental e obriga o Estado a promovê-la e a protegê-lo por meio da lei. Mesmo assim, constitui um princípio geral da atividade econômica, que se encontra “fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social (...)”, conforme o artigo 170 da Carta. Quer dizer que a livre iniciativa pode ser compreendida como “inviabilizada, mas tão somente cerceada por valores maiores consagrados pela mesma Constituição Federal, como o resgate da dignidade humana. Desta forma, a argumentação econômica somente encontrará respaldo se atendidos os demais princípios norteadores da ordem constitucional” (EFING, 2011, p. 31).

Em atendimento às disposições e ordens constitucionais o Código de Defesa do Consumidor traz a Política Nacional das Relações de Consumo, que tem por objeto “o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo” (CDC, 1990, artigo 4º). A proteção jurídica do consumidor colombiano tem seu fundamento constitucional na Carta de 1991, no artigo 78,

³ Explicação da Ementa: “Altera a Lei nº 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor – para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, visando garantir o mínimo existencial e a dignidade humana; estabelece como direito básico do consumidor a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira, de prevenção e tratamento das situações de superendividamento, preservando o mínimo existencial, por meio da revisão e repactuação da dívida, entre outras medidas; dispõe sobre a prescrição das pretensões dos consumidores; estabelece regras para a prevenção do superendividamento; descreve condutas que são vedadas ao fornecedor de produtos e serviços que envolvem crédito, tais como: realizar ou proceder à cobrança ou ao débito em conta de qualquer quantia que houver sido contestada pelo consumidor em compras realizadas com cartão de crédito ou meio similar, enquanto não for adequadamente solucionada a controvérsia, impedir ou dificultar, em caso de utilização fraudulenta do cartão de crédito ou meio similar, que o consumidor peça e obtenha a anulação ou o imediato bloqueio do pagamento ou ainda a restituição dos valores indevidamente recebidos, condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência relativas a demandas judiciais; dispõe sobre a conciliação no superendividamento; define superendividamento; acrescenta o § 3º ao art. 96 da Lei nº 10.741/2003 (Estatuto do Idoso) para estabelecer que não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso; dispõe que a validade dos negócios e demais atos jurídicos de crédito em curso, constituídos antes da entrada em vigor da lei, obedece ao disposto no regime anterior, mas os seus efeitos produzidos após a sua vigência aos preceitos dela se subordinam” (SENADO FEDERAL, 2012).

que estabelece a responsabilidade daqueles que, na produção e comercialização de bens e serviços, atentem contra a saúde, segurança e adequado provisão aos consumidores e usuários, embora determine que a regulamentação sobre qualidade e informação deve ser feita pela lei. Também garante a participação de organizações de consumidores e usuários no que a eles interesse, preservando a devida representação e procedimentos democráticos dentro de ditos órgãos.

Anos mais tarde da expedição da Constituição Política de 1991, começaram a aparecer regulamentos específicos que regiam certos setores, até a promulgação da Lei 1480 de 2011⁴, melhor conhecida como o Estatuto do Consumidor, que veio para disciplinar a matéria de forma geral, consagrar os direitos dos consumidores e os instrumentos para sua realização e efetivação, e que respondia a um requerimento da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), como condição para nela incluir o Governo Nacional. A norma deu faculdades especiais, de vigilância e controle, de promoção, proteção e jurisdicionais⁵ a uma instituição do Poder Executivo, nomeada Superintendência de Indústria e Comércio⁶, com o fim de dar-lhe uma melhor compreensão aos conteúdos, direitos, novidades e impacto do Estatuto. Na referida lei, regulam-se temas como o regime de qualidade, idoneidade e segurança de produtos, a efetividade das garantias dos bens e serviços, a responsabilidade pelos danos por produtos defeituosos, a proteção contra a informação e publicidade enganosa, o comércio eletrônico, aspectos contratuais, dentre os quais se encontram os contratos de adesão e as cláusulas abusivas, as vendas a distância e os serviços financeiros. Também estabeleceu-se um regime de sanções de caráter patrimonial para quem seja responsabilizado por condutas proibidas nessa lei.

A regulamentação colombiana não acolheu um único termo para se referir à contraparte do consumidor na relação de consumo, como foi feito na ordem brasileira que encerra a parte no termo fornecedor. Talvez por questões idiomáticas, na lei se utilizam as palavras produtor, dispensador, comercializador, provedor, isso para nomear a cada um dos participantes da cadeia

⁴ Não obstante, a vigência da Lei ficou diferida até o dia 12 de abril de 2012.

⁵ O Estatuto do Consumidor da Superintendência de Indústria e Comercio facultadas para tramitar procedimentos administrativos sobre violação aos direitos dos consumidores, deu competência nacional e determinou que substituirá ao juiz ordinário (Segundo o artigo 58 do Estatuto do Consumidor).

⁶ É uma entidade da ordem nacional, adstrita ao Ministério de Comercio, Indústria e Turismo, que não possui personalidade jurídica. Dentre seus objetivos e funções estão a regulamentação da propriedade industrial, a proteção ao consumidor, o controle e verificação de regulamentos técnicos de metrologia legal, a proteção da competência, a vigilância das Câmaras de Comercio, a proteção dos dados pessoais e assuntos jurisdicionais (SIC, OBJETIVOS E FUNÇÕES). A SIC tem um papel ativo nos órgãos, foros e redes internacionais de proteção ao consumidor, como o ICPEN (*International Consumer Protection and Enforcement Network*), ao que recentemente foi aceita como membro.

de produção. Mesmo assim, a Lei dá aos prefeitos faculdades para exercerem funções administrativas de proteção ao consumidor na sua jurisdição, com o fim de efetivar seus direitos no país todo. A Lei também prevê a criação da Rede Nacional de Proteção ao Consumidor, que é composta pelo Conselho Nacional de Proteção ao Consumidor, os Conselhos Departamentais e Distritais de Proteção ao Consumidor, as autoridades administrativas da ordem nacional com funções nessa matéria, os prefeitos do país, as ligas de consumidores e a Superintendência de Indústria e Comércio. Uma das funções da Rede é espalhar e apoiar o cumprimento dos direitos dos consumidores, que inclui definir políticas de proteção ao consumidor, divulgar os direitos dos consumidores e capacitar as autoridades locais em torno do marco conceptual, legal, processual e operativo aplicável.

Outros aspectos que a Lei traz são as normas sobre garantias, prestação de serviços que supõem a entrega de um bem, responsabilidade por danos por produto defeituoso, informação, publicidade, proteção especial, contratos de adesão, vendas por métodos não tradicionais ou à distância, proteção ao consumidor de comércio eletrônico, especulação, usura e ação de proteção ao consumidor, dentre outros.

2.2.1 Princípios norteadores e direitos do consumidor

Segundo Robert Alexy (2014, p. 87), tanto regras como princípios são normas, porque ambos dizem o que deve ser,

ambos podem ser formulados por meio das expressões deônticas básicas do dever, da permissão e da proibição. Princípios são, tanto quanto as regras, razões para juízos concretos de dever-ser, ainda que de espécie muito diferente. A distinção entre regras e princípios é, portanto, uma distinção entre duas espécies de normas.

Os princípios são normas que ordenam que algo seja realizado na maior medida possível dentro das possibilidades jurídicas e fáticas existentes. “Princípios são, por conseguinte, *mandamentos de otimização*, que são caracterizados por poderem ser satisfeitos em graus variados e pelo fato de que a medida devida de sua satisfação não depende somente das possibilidades fáticas, mas também das possibilidades jurídicas” (ALEXY, 2014, p. 90). As regras já são normas que são sempre satisfeitas ou não satisfeitas, não tem grau de cumprimento.

Valor, por sua vez, é o elemento moral do Direito, sua essência ética. “Toda sociedade tem uma escala de valores ligada à ideia de poder, importância, necessidade material ou moral, acerca de condutas, posições, entendimentos e coisas, essa escala de valores vai se formando e modificando com o tempo, o pensamento, a ideologia” (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 33).

Os princípios assinalados na legislação trazem a orientação para a análise e deles se afere para onde ela se norteia. Eles espelham a ideologia da sociedade, por isso fruem de aceitação da comunidade, seus postulados básicos e seus fins, indicam uma direção a seguir. Embora venham de longa data, somente na dogmática jurídica moderna conquistaram o status de norma jurídica, superando a crença de que teriam uma dimensão puramente axiológica, ética, sem eficácia jurídica (BARROSO, 2003, p. 129). Sua realização deve-se realizar na maior e melhor medida possível, não tem pressupostos de incidência fixos, daí seu caráter geral e aberto.

Aos princípios se lhes outorga maior ou menor importância ou peso em uma situação concreta, mediante a ponderação o interprete deverá preservar fática e juridicamente o máximo possível dos princípios em conflito. Enquanto as regras têm por finalidade estabelecer uma consequência jurídica dadas condições e circunstancias definidas, os princípios têm uma função estruturante do sistema jurídico. Assim explica Celso Antônio Bandeira de Mello que

Princípio é, por definição, mandamento nuclear de um sistema, verdadeiro alicerce dele, disposição fundamental que se irradia sobre diferentes normas compondo-lhe o espírito e servindo de critério para sua exata compreensão e inteligência por definir a lógica e a racionalidade do sistema normativo, no que confere a tônica e lhe dá sentido harmônico (1998, p. 630).

E segue, “é o conhecimento dos princípios que preside a intelecção das diferentes partes componentes do todo unitário que há por nome sistema jurídico positivo” (MELLO, 1998, p. 630). Chamam-se de norteadores, pois funcionam como diretrizes do sistema jurídico, “fio condutor do interprete, lente de exame de toda e qualquer questão submetida ao julgador” (CAVALIERI FILHO, 2011, p.34). Também apontam a direção da sociedade e os critérios que devem cumprir os poderes públicos em procura dos seus fins, constituem um pacto social que obriga a todos e deve-se realizar em um horizonte de progressividade.

O Direito de Proteção do Consumidor caracteriza-se por ser eminentemente principiológico, que obriga ao seu aplicador harmonizar suas determinações com o conteúdo desses princípios, se irradiando sobre todo o Sistema de Proteção do Consumidor. A legislação de proteção do consumidor brasileira, especificamente o artigo 4º do CDC, traz uma série de princípios norteadores que deve atender a Política Nacional das Relações de Consumo, os quais são:

- I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
- II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:
 - a) por iniciativa direta;
 - b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
 - c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
 - d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

- 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;
- IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;
- V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;
- VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;
- VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;
- VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

A Lei colombiana traz uma enumeração mais simples de princípios que se devem atender no momento de cumprir os objetivos de proteger, promover e garantir a efetividade e livre exercício dos direitos dos consumidores, mesmo no amparo e respeito da sua dignidade e interesses econômicos, que são:

1. A proteção dos consumidores frente aos riscos para a saúde e segurança.
2. O acesso dos consumidores a uma informação adequada, de acordo com os termos desta lei, que lhes permita fazer escolhas bem fundadas.
3. A educação do consumidor.
4. A liberdade de constituir organizações de consumidores e a oportunidade para essas organizações de fazer ouvir suas opiniões nos processos de adoção de decisões que lhes afetem.
5. A proteção especial as crianças e adolescentes, na sua qualidade de consumidores de acordo com o estabelecido no Código das Crianças e os Adolescentes (ESTATUTO DO CONSUMIDOR, 2011, Art. 1º)⁷.

Estes princípios servem como:

Diretrizes para a criação e informação das disposições protetoras dos usuários, operam como normas integradoras e totalizadoras das lacunas do ordenamento do consumidor e podem ser usadas como ferramentas de interpretação ou esclarecimento frente a aquelas disposições jurídicas, atos ou omissões dos atores de consumo, que se mostram escuras ou contraditórias à luz da normativa⁸ (PICO-ZUÑIGA, 2017, p. 296, tradução

⁷ Texto original:

(1) *La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.*

(2) *El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas.*

(3) *La educación del consumidor.*

(4) *La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.*

(5) *La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia.*

⁸Texto original: *funcionan como pautas para la creación e información de las disposiciones protectoras de los usuarios, operan como normas integradoras y totalizadoras de los vacíos del ordenamiento del consumidor y pueden ser empleadas como herramientas de interpretación o aclaración frente a aquellas disposiciones jurídicas, actos u omisiones de los actores de consumo que se muestran oscuras o contradictorias a la luz de la normativa.*

nossa).

Nesse sentido, os princípios citados informam, integram e orientam a interpretação do sistema de proteção dos consumidores. Porém, não se limita à aplicação daqueles expressamente nomeados na norma, senão permite a inclusão dos princípios gerais do direito que não contrariem o disposto pelo Estatuto e aqueles que se extraem dos enunciados normativos da Lei, tais como a boa-fé ou o acesso à justiça, entre outros.

Em consequência, a doutrina brasileira conseguiu extrair, incorporar e classificar os seguintes princípios gerais que se consideram pertinentes e plenamente aplicáveis na tarefa de proteção dos consumidores e na relação de consumo:

1. Princípio da vulnerabilidade
2. Princípio da informação
3. Princípio da confiança
4. Princípio da garantia de qualidade, prestabilidade e adequação/ segurança
5. Princípio do dever estatal
6. Princípio do acesso à justiça
7. Princípio da boa-fé
8. Princípio da reparação integral
9. Princípio da equidade

Os princípios da vulnerabilidade e da informação têm uma especial importância para este estudo, razão pela qual serão dedicados dois itens a sua explicação detalhada. Por sua parte, quanto ao princípio da confiança, explica Antônio Carlos Efig (2002, p. 113) que a contratação só será viável

em razão da confiança que o consumidor deposita na qualidade do produto ou serviço disponibilizado, na expertise e diligência do fornecedor sobre os riscos e cuidados necessários à adequada fruição do serviço, na veracidade e transparência das informações repassadas pelo fornecedor, em sua boa-fé [...].

A razão disto é o fornecedor quem tem a possibilidade real de conhecer as informações a respeito a determinado produto ou serviço, que o consumidor, em princípio, não conhece ou não deveria conhecer, na sua situação de vulnerabilidade.

No que tange aos direitos dos consumidores, as legislações dos dois países estudados não se limitam aos direitos expressamente enunciados, além daqueles permitem a inclusão dos direitos consagrados em tratados ou convenções internacionais, nas leis especiais (ESTATUTO DO CONSUMIDOR, 2011, artigo 3º), “nos regulamentos expedidos pelas autoridades

administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade” (CDC, 1990, artigo 7º).

Os direitos básicos do consumidor assinalados pelo Código de Defesa do Consumidor brasileiro são os seguintes (CDC, 1990, artigo 6º):

- a. a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;
- b. a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços;
- c. 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;
- d. a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas; a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;
- e. o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;
- f. a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências e a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

São direitos dos consumidores e usuários colombianos (EC, 2011, artigo 3º):

- a. receber produtos de qualidade, que em condições normais de uso não lhe ocasionem danos, sendo protegidos contra as consequências nocivas para sua saúde, sua vida e sua integridade;
- b. deverá ser informado de forma completa, verdadeira, transparente, oportuna, compreensível, precisa e idônea sobre os produtos que se ofereçam, mesmo assim dos riscos do seu consumo e utilização, dos mecanismos de proteção;
- c. serão protegidos contra a publicidade enganosa;
- d. poderão reclamar diretamente ao produtor, provedor ou prestador e obter reparação integral, oportuna e adequada dos danos sofridos, além do acesso às autoridades judiciárias e administrativas com esse propósito;

- e. serão protegidos contra cláusulas abusivas nos contratos;
- f. se protegerá sua liberdade de escolha;
- g. terão direito a se associar, participar e ser ouvidos pelas autoridades, em temas que lhes afetam, e a ser representados por organizações ou porta-vozes;
- h. poderão também, ser ouvidos na mídia para informar, espalhar e educar sobre o exercício dos direitos dos consumidores;
- i. deverão ser educados sobre seus direitos e instrumentos para fazê-los efetivos; e finalmente, se respeitará seu direito à igualdade, não serão discriminados.

Em contrapartida, os consumidores deverão informar-se a respeito da qualidade dos produtos, das instruções de uso ou consumo, da conservação e instalação do produto, que o provedor forneça; deverão agir de boa-fé e; cumprir com as normas sobre reciclagem e disposição de desperdícios dos bens consumidos (EC, 2011, artigo 3º).

2.2.2 Vulnerabilidade do consumidor

Na formulação de um Direito de Proteção do Consumidor é essencial o reconhecimento da desigualdade existente entre fornecedor e consumidor, faz parte da sua filosofia, dessa tentativa constante de estabelecimento de uma igualdade material entre as partes da relação de consumo. Por isso que aquele Direito se baseia em princípios e regras destinados à proteção de um dos sujeitos dessa relação de consumo, acolhendo a vulnerabilidade do consumidor e não a promoção do consumo nem do mercado, vinculando assim o princípio da igualdade.

Pela natureza da relação de consumo, o consumidor encontra-se em uma situação de “*submissão e exposição* ao poder dos fornecedores, uma vez que sua escolha de bens de consumo não poderá exceder aquilo que é oferecido no mercado” (EFING, 2011, p. 110). É precisamente isso o que fundamenta o princípio da vulnerabilidade que, partindo do pressuposto de que o consumidor depende do fornecedor:

[...] para a manifestação de sua vontade, bem como está exposto às práticas [...] no mercado de consumo, conclui ser o consumidor imprescindivelmente a parte mais frágil da relação jurídica de consumo, estando assim à mercê dos produtos e/ou serviços, bem como das atitudes dos fornecedores na sociedade de consumo (EFING, 2011, p. 110).

Neste sentido, a vulnerabilidade dentro da relação de consumo não se refere exclusivamente à capacidade econômica do consumidor, concorda Filomeno que está relacionada à submissão à vontade do fornecedor. Desta forma, deve ser entendida como “a

fragilidade dos consumidores, em face dos fornecedores, quer no que diz ao aspecto econômico e de poder aquisitivo, quer no que diz ao respeito às chamadas informações disponibilizadas pelo próprio fornecedor ou ainda técnica” (FILOMENO, 2007, p. 12).

Assim, o simples fato de ser consumidor implica ser vulnerável, sem que para aquilo seja necessário um reconhecimento formal, ou uma condição evidente de desigualdade física, material, técnica ou pessoal; pois todos os seres humanos têm a necessidade de consumir e se colocar nessa situação de vulnerabilidade manifesta. Neste sentido:

É qualidade intrínseca, ingênita, peculiar, imanente e indissolúvel de todos que se colocam na posição de consumidor, pouco importando sua condição social, cultural ou econômica (...). É incindível do contexto das relações de consumo, não admitindo prova em contrário por não se tratar de mera presunção legal” (ARRUDA; ALVIM, 1995, p. 45).

Alguns autores classificam a vulnerabilidade em fática, técnica e jurídica. Cavalieri Filho (2011, p. 49) explica que a primeira é perceptível na discrepância entre maior ou menor capacidade econômica e social dos agentes econômicos. A segunda, por sua vez, decorre do fato de o consumidor não possuir conhecimentos específicos sobre o processo produtivo e os atributos específicos de determinados produtos ou serviços, seja pela falta ou pela inexatidão das informações que lhe são prestadas. É o fornecedor quem detém o monopólio do conhecimento e do controle dos mecanismos utilizados na cadeia produtiva. Finalmente, a vulnerabilidade jurídica ou científica resulta da falta de conhecimento do consumidor sobre seus direitos e instrumentos para reclamar, da falta de assistência jurídica, a dificuldade de acesso à justiça e a impossibilidade de aguardar os resultados do demorado processo judicial, dentre outros.

A vulnerabilidade fática ou “socioeconômica decorre da posição do economicamente mais forte, que impõe sua superioridade, em razão de monopólio fático ou jurídico” (OLIVEIRA, 2014, p. 53), ou em razão da essencialidade do produto ou serviço. No caso do consumo de crédito, onde há superioridade das instituições financeiras, o monopólio e a flexibilização da regulamentação contribuem para ampliar o desequilíbrio entre consumidor e entidade financeira, reafirmando sua condição de vulnerável.

2.2.3 Assimetria da informação

O desequilíbrio que existe na relação contratual de consumo requer a intervenção do Estado, através de uma ação protetora a favor dos destinatários do bem ou serviço, frente aos fornecedores, comerciantes e produtores, que ostentam a posição dominante dentro do negócio jurídico. No século XXI, “o homem passa a viver em função de um modelo novo de associativismo: a sociedade de consumo”, que marca o nascimento e desenvolvimento do Direito do Consumidor, como disciplina jurídica autônoma (DE CARVALHO, 2011, p. 3).

A Constituição de 1988 promove a defesa do consumidor, na forma da lei, no capítulo dos Direitos e Garantias Fundamentais (artigo 5º, XXXII). Interesse que foi refletido no Código de Defesa do Consumidor de 1990, contendo normas de ordem pública e interesse social. Neste contexto, Claudia Lima Marques (2005, p. 325) afirma que, entre outras, a vulnerabilidade pode ser informacional, pois é o fornecedor quem tem a informação completa do bem ou serviço, e a capacidade de compreendê-la claramente.

Assim, entendendo que a atenção à parte fraca dentro da relação de consumo é a justificativa para a intervenção do Estado, é necessário reconhecer que a informação se torna garantia fundamental, como princípio e direito dentro do Sistema de Proteção dos Consumidores e “a mais importante baliza norteadora das regras inerentes à Política Nacional da Relação de Consumo, devido à sua abrangência no sistema de defesa do consumidor” (EFING, 2011, p. 111).

Desta forma, o artigo 31 do CDC (1990) exige que a oferta deve:

Assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Contudo, ainda não é suficiente, pois é necessário que os cidadãos conheçam o custo social e ambiental dos bens ou serviços que adquirem para satisfazer seus desejos e necessidades, para assim decidirem consumir ou não. Essa deve ser a interpretação da norma, do Sistema de Proteção do Consumidor e a nova consciência da sociedade.

Para Andressa Jarletti Gonçalves de Oliveira (2014, p. 54) existe uma espécie de vulnerabilidade informacional, que decorre da vulnerabilidade técnica, perante a abundância de informações despejadas sobre o consumidor. Tratam-se muitas vezes de informações manipuladas, controladas ou desnecessárias, que desviam a atenção do consumidor quanto às

informações verdadeiramente úteis. O déficit informacional é o que caracteriza a vulnerabilidade do consumidor, pois quanto mais importante for a informação detida pelo fornecedor, mais sua falta vai agravar a situação de fragilidade da pessoa. De acordo com Andressa de Oliveira, a vulnerabilidade informativa representa o maior fator de desequilíbrio na relação de consumo.

A proteção do consumidor abrange também a proibição do uso de cláusulas abusivas, que o consumidor não compreende ou não identifica como tais. Estas cláusulas são aquelas que produzem um desequilíbrio injustificado em prejuízo do consumidor e que, nas mesmas condições, afetam o tempo, modo ou lugar em que este pode exercer seus direitos. Em cada caso concreto poderão verificar-se as condições particulares e o restabelecimento dos direitos do consumidor e as cláusulas contratuais justas.

2.3 REFLEXÕES SOBRE O CONSUMISMO COMO PROBLEMA SOCIAL DA MODERNIDADE

A sociedade moderna foi chamada por Herbert Marshall McLuhan (1962) de “aldeia global” (BRAGA, 2012), conceito que mostra a transformação das atividades econômicas e técnicas, a ciência e os aspectos mais importantes da vida privada, como consequência da aceleração das comunicações e do transporte. Tornando-se a tecnologia motor fundamental das mudanças do mundo. A movimentação desse fluxo de informação deu aos seres humanos a oportunidade de alcançar lugares inimagináveis, impregnando a sociedade de novas características e adotando diferentes e múltiplas identidades. Explica Manuel Castells (2000, p. 47) que na formação da sociedade informacional observa-se um processo mediante o qual o ator social reconhece a si mesmo e constrói o significado em virtude de um conjunto de atributos culturais determinados, que não são mais que a afirmação da identidade comum dos cidadãos, definindo assim as relações sociais segundo esses atributos.

Nesse processo de mudança, a sociedade adquire diversas particularidades e é chamada de sociedade tecnológica, da informação, de conhecimento, de consumo, digital, entre outras, que coexistem no mesmo espaço e no mesmo tempo com diversos fenômenos que caracterizam uma modernidade que se redefine constantemente.

É aceito o fato de que vivemos em uma sociedade de consumo. Consumo não por simples sobrevivência, senão como modo de vida, como parte fundamental da identidade de cada um dos indivíduos, que vai muito além da satisfação de necessidades básicas, pois atualmente o projeto de vida humana se reduz a desejar o que a publicidade e o mercado

oferecem, a trabalhar para consumir e satisfazer esses desejos, adquirir outros e começar de novamente esse círculo vicioso. Nesse processo de definição da identidade comum da sociedade é frequente o estabelecimento de padrões de conduta, particularmente, a imposição de parâmetros de consumo elevados, progressivos, que formam uma cultura de satisfação momentânea ou efêmera que leva ao indivíduo a ficar em um estado de permanente procura por novidade, atitude que tem consequências negativas nas relações sociais, nas finanças pessoais e especialmente no ambiente. Essas situações são próprias do fenômeno do consumismo. Para Branco (2002, p. 44), o consumismo é um:

Processo eticamente condenável, pois faz com que as pessoas comprem mais do que realmente necessitam. Por meio de complexos sistemas de propaganda, que envolvem sutilezas psicológicas e recursos espetaculares, industriais e produtores induzem a população a adquirir sempre os novos modelos de carros, geladeiras, relógios, calculadoras e outras utilidades, lançando fora o que já possuem.

O consumismo é a substituição da economia de subsistência, “adaptada para satisfazer as necessidades físicas do homem, que são saciáveis”, pela economia industrial, “adaptada a necessidades imaginárias, que podem ser incessantemente expandidas pela fantasia humana” (BERTONCELLO, 2015, p. 20).

A inclusão social de um modelo de bem-estar subjetivo é determinada pelo ambiente econômico e pelas características pessoais. “A percepção de bem-estar subjetivo está relacionada à satisfação ou insatisfação com os diversos aspectos da vida do indivíduo como: trabalho, consumo, qualidade de vida, etc.” (BESSA, 2011, p. 15).

A partir do nível de percepção de bem-estar subjetivo podem acontecer duas coisas: a) o descontentamento social que inclui a insatisfação com o emprego, os preços, a política de governo e o sistema político, entre outras, ou b) a modificação do comportamento econômico que inclui, despesas, poupança, investimentos, demanda, consumo, trabalho, etc. (BESSA, 2011, p. 15). Assim, o mercado e desenvolvimento econômico têm a capacidade de influir nos aspectos psicológicos e comportamentais dos indivíduos, gerando modificações na sua conduta, às vezes imperceptíveis ou inconscientes.

Para Hannah Arendt (2010, p. 165) o consumismo na condição humana é entendido como:

O tempo excedente do *animal laborans* jamais é empregado em algo que não seja o consumo, e quanto maior é o tempo de que ele dispõe, mais ávidos e ardentes são os seus apetites. O fato de que esses apetites se tornam mais sofisticados de modo que o consumo já não se restringe às necessidades da vida, mas, ao contrário, concentra-se principalmente nas superfluidades da vida, não altera o caráter dessa sociedade, mas comporta o grave perigo de que afinal nenhum objeto do mundo esteja a salvo do

consumo e da aniquilação por meio do consumo.

Essa condição junto com o marketing, a publicidade e a nova configuração social em torno de comprar e ter “acabam por impingir aos consumidores propostas em que o endividamento (e, a seguir, o superendividamento) acaba sendo inevitável” (GAULIA, IN. MARQUES ET AL., 2016, p. 51).

Para Bauman (2008, p. 38), o consumismo é “um tipo de arranjo social da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros e permanentes”. Com base nesses entendimentos, a chamada segunda modernidade, de Ulrich Beck, caracteriza-se por ter ameaças que se concretizam em riscos abstratos. Esses riscos, “além de imprevisíveis e incontroláveis, são também transfronteiriços e transtemporais. Transfronteiriços porque ultrapassam os limites do local originalmente impactado” e “transtemporais porque não necessariamente se materializarão no momento em que se constituem, ou seja, a criação de um risco não implica, necessariamente, um dano imediato” (CAVEDON; FERREIRA; FREITAS, 2015, p. 200). Assim se observam ameaças e potenciais consequências negativas do endividamento excessivo, tais como a degradação ambiental pela exploração de matérias primas, a indústria e a produção de lixo; a afetação psicológica e emocional do indivíduo superendividado e sua família; e o impacto da inadimplência na administração, nas finanças públicas e na ordem econômica, entre outras.

Bauman (1999, p. 44) explica como se passou da sociedade de produtores à sociedade de consumo, sendo que, na primeira, seus membros dedicaram-se principalmente à produção, com ênfase no trabalho da terra e na atividade industrial, na qual a norma imposta aos cidadãos era de adquirir a capacidade e vontade de produzir. Já na segunda, aos seus membros foi imposta a obrigação de consumir, para isso são formados para ter a capacidade e vontade para aquilo. Portanto, o consumo está profundamente relacionado com a transformação da ética do trabalho (na sociedade de produtores) como forma de dignificação dos seres humanos à estética do consumo (na sociedade de consumo), que se identifica pela procura da novidade e da satisfação dos desejos como modelo de vida e estado permanente de escolha.

A sociedade de produtores encontrava-se localizada em um espaço físico determinável, com problemas concretos e riscos mais ou menos pequenos a enfrentar, ou simplesmente inevitáveis. A sociedade de consumo é desenvolvida em espaços virtuais e físicos, altamente dependente da tecnologia e com problemas maiores e riscos abstratos, que fogem do controle, da capacidade institucional de qualquer Estado e da compreensão dos cidadãos. É assim como Ulrich Beck (2002, p. 113) explica que a modernidade passa por uma fase que denomina

sociedade do risco global, onde os riscos sociais, políticos, ecológicos, financeiros, informacionais e individuais, criados pelo impulso da inovação, iludem o controle e as instituições criadas para proteger a antiga sociedade industrial.

Uma vez satisfeitas as necessidades básicas, os obreiros “tradicionalistas” não achavam sentido a continuar trabalhando ou a ganhar mais dinheiro, havia coisas mais interessantes e dignas para fazer, que não se podiam comprar, mas que fugiam se passasse o dia inteiro atrás do dinheiro (BAUMAN, 1999, p. 18-19). Era possível viver com muito pouco, pois o umbral da dignidade já estava fixado. Embora os pioneiros da modernidade se sentissem obrigados a que os cegos viram a luz, obrigar os tolos a empregar sua inteligência e ensinar-lhes a apontar a uma vida melhor, a desejar coisas novas e melhores (BAUMAN, 1999, p. 18-19). A “ética do trabalho” impôs um limite à liberdade e estabeleceu uma rotina e uma disciplina. Criou uma “estética do consumo” e facilitou a satisfação de desejos, incorporando novos valores sociais e oferecendo ao indivíduo sua liberdade, obrigando-o, agora, a ser consumidor (a ter vontade e capacidade de consumir) (BAUMAN 1999, p. 19).

O modelo de cultura de consumo observado nesse tempo é refletido na explicação de Bauman (1999, p. 46, tradução nossa) sobre a satisfação nos termos a seguir:

A satisfação do consumidor deveria ser imediata em um duplo sentido: os bens consumidos deveriam satisfazer em forma imediata, sem impor demoras, aprendizagem ou prolongadas preparações; porém essa satisfação deveria terminar no preciso momento em que conclui o tempo necessário para o consumo, tempo que deveria reduzir-se por sua vez à sua mínima expressão. A melhor maneira de conseguir esta redução é quando os consumidores não podem manter sua atenção em um objeto, nem focar seus desejos por muito tempo; quando são impacientes, impetuosos e inquietos e, sobretudo, fáceis de emocionar e igualmente dispostos a perder seu interesse nas coisas⁹.

Essa instantaneidade de que fala o autor é a oferecida pelos fornecedores de créditos e bens de consumo, isso, ainda, combinado com a superficialidade dos desejos impostos pela nova vida social e pelos padrões culturais, de modo a se caracterizarem como as principais peculiaridades da sociedade de consumo e informacional, deixando evidentes os sintomas da doença da modernidade.

⁹ Texto original: “*La satisfacción del consumidor debería ser instantánea en un doble sentido: los bienes consumidos deberían satisfacer en forma inmediata, sin imponer demoras, aprendizajes o prolongadas preparaciones; pero esa satisfacción debería terminar en el preciso momento en que concluyera el tiempo necesario para el consumo, tiempo que debería reducirse a su vez a su mínima expresión. La mejor manera de lograr esta la reducción es cuando los consumidores no pueden mantener su atención en un objeto, ni focalizar sus deseos por demasiado tiempo; cuando son impacientes, impetuosos e inquietos y, sobre todo, fáciles de entusiasmar e igualmente inclinados a perder su interés en las cosas*”.

O sucesso dos modelos consumistas vai depender diretamente da disposição do ser humano para viver experiências novas e da consciência de que qualquer momento é adequado ou certo para desfrutá-las, porque a compra já não é mais uma prática de rotina e monótona, senão uma experiência complexa que se apresenta como uma oportunidade única que não é possível deixar fugir. Esse é o estado de alerta constante em que vive o indivíduo de hoje.

O questionável uso das técnicas de *neuromarketing* contribui com sucesso a aceitar e a modificar o comportamento do indivíduo focado ao consumismo. Ainda, as obsolescências planejada e perceptiva fazem um magnífico trabalho para justificar esse consumo sem medida. Elas são e devem ser consideradas eticamente questionáveis e vedadas pela legislação de proteção do consumidor. Para Tambara, Batista e Freitas (2014, p. 9), as técnicas de *neuromarketing*,

atuam diretamente no poder de decisão do consumidor, o qual efetivamente deveria ser controlado pelo próprio indivíduo. Porém com a aplicação dessas técnicas, as empresas influenciam as tomadas de decisões, de maneira que o consumidor figure na relação como agente passivo ou mero expectador.

As obsolescências planejada e a perceptiva foram criadas para manter os clientes comprando. A primeira determina que alguns bens devem ser “programados para o lixo”. Brooks Stevens, desenhista industrial americano a quem se atribui a popularização dessa expressão nos anos 1950, explica que se trata de “instigar no comprador o desejo de possuir algo um pouco mais novo, um pouco melhor e um pouco mais rápido que o necessário” (LEONARD, 2011, p. 142). O melhor exemplo disso é a substituição da produção e comercialização de produtos duráveis pelos descartáveis. Na segunda, “o item não apresenta defeito nem é realmente obsoleto; apenas o percebemos assim. Alguns chamam a isso ‘obsolescência de desejabilidade’ ou ‘obsolescência psicológica’” (LEONARD, 2011, p. 143).

Bauman (2008, p.31) claramente explica a obsolescência planejada e perceptiva assim:

O consumismo dirigido para o mercado tem uma receita para enfrentar esse tipo de inconveniência: a troca de uma mercadoria defeituosa, ou apenas imperfeita e não plenamente satisfatória, por uma nova e aperfeiçoada. A receita tende a ser rerepresentada como um estratagema a que os consumidores experientes recorrem automaticamente de modo quase irrefletido, a partir de um hábito aprendido e interiorizado. Afinal de contas, nos mercados de consumidores-mercadorias, a necessidade de substituir objetos de consumo “defasados”, menos que plenamente satisfatórios e/ou não mais desejados está inscrita no design dos produtos e nas campanhas publicitárias calculadas para o crescimento constante das vendas. A curta expectativa de vida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de marketing e no cálculo de lucros: tende a ser preconcebida, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem).

Nesse sentido, pode-se apontar que estas duas práticas são as principais causas da geração de lixo, da exploração insustentável dos recursos naturais, dos trabalhadores e da degradação ambiental. Todos esses problemas podem ser associados ao consumismo, constituindo-se numa afronta ao consumo consciente que está relacionado com a efetivação dos direitos do consumidor e com a responsabilidade dos fornecedores enquanto ao melhoramento dos produtos e serviços oferecidos, e especialmente à tomada de decisões inteligentes e informadas de consumo. Por isso aponta Efig (2011, p. 125) que “o consumidor só poderá tornar-se agente capaz de interagir com o mercado de consumo a ponto de influenciar somente a manutenção de empresas socioambientalmente corretas, se for corretamente informado e educado”, isto inclui o conhecimento das verdadeiras consequências do consumo de alguns produtos e serviços oferecidos.

Explica Cavalieri Filho (2011, p. 49) que a “ânsia pela ascensão social traz consigo, entre outras coisas, o desejo de respeito, do reconhecimento de direitos fundamentais que, para os que estão na base da pirâmide social, é mera retórica”. O acesso aos serviços públicos como saúde, educação, alimentação, o saneamento básico, algum conforto ou lazer e o respeito à sua dignidade são aspirações de todo cidadão, mas que, infelizmente, não são asseguradas a todos. Porém o “mercado de consumo vende ilusões, necessidades irreais, estilos de vida.

Sem dúvida o consumo faz parte da identidade moderna. Cada vez mais a sociedade se define de acordo com hábitos de consumo e estereótipos impostos pela publicidade, pela mídia e pelas empresas que, por meio da tecnologia, atingem um público global e ampliam o mercado de consumo além das fronteiras nacionais. Mas em sociedades em via de desenvolvimento e com amplas margens de desigualdade, alcançar esses ideais de consumo pode ser a maior frustração pessoal e uma das causas do superendividamento. Por sua parte, naqueles países desenvolvidos, com certeza, o pós-consumo e as altas taxas de endividamento serão um dos maiores desafios a enfrentar tanto pelo Estado como pela sociedade.

A elaboração da publicidade de bens/serviços voltados ao mercado de consumo revela o emprego da mais apurada ciência em prol da criação de necessidades até então desconhecidas pelo consumidor. Segundo o especialista em comportamento do consumidor Naele Martin, a própria teoria do marketing reconhece que o uso de “tecnologias avançadas, neurocientistas e psicólogos cognitivos chegaram à constatação recente do fato contraintuitivo de que o inconsciente controla 95% do comportamento” (2009, p. 1).

O consumismo é sem dúvida um dos efeitos indesejados dessa ênfase que se deu ao consumo na sociedade, o ânimo de ter uma economia sadia, manter uma alta lucratividade nos empreendimentos e a procura da satisfação das necessidades e desejos se transformaram em um

abuso da natureza e na exploração do ser humano.

Tudo é suscetível de ser mercadoria, de se comprar, usar e despejar. Infelizmente, ainda a sociedade não toma consciência dos riscos que foram criados e das consequências que tem sua materialização e reprodução.

3 O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO

A liberalização do crédito como fórmula de facilitação de acesso a bens de consumo imediato tem sua origem na ideia de que a qualidade de vida das famílias estadunidenses no Pós-Segunda Grande Guerra poderia ser melhor, e estava intimamente conectada à proposta dos EUA de disseminar os benefícios do Plano Marshall, instituído para “salvar” a Europa devastada, protegê-la do comunismo, e ao mesmo tempo, fortalecer a indústria americana. Era necessário mostrar que viver nos Estados Unidos era viver no paraíso, onde seria possível uma felicidade igual para todos, e que poderia ser por todos alcançada. Por isso, “os recursos exportados não poderiam faltar internamente, motivo pelo qual, privilegiando-se a indústria de bens de consumo, explode o crédito direito ao consumidor” (GAULIA, In. MARQUES et al. 2016, p. 46), assim a cultura do consumo e os estereótipos são exportados dos Estados Unidos ao resto do mundo, determinando o comportamento dos consumidores de hoje.

Por sua parte, o direito na modernidade luta contra a deslegitimação das instituições, a ineficiência da regulamentação e com as mudanças do mundo, que pouco espaço lhe deixa para atingir os problemas cotidianos ou estruturais, resultando na atribuição de uma função principalmente sancionatória ao direito e não preventiva, como deveria ser, em uma sociedade globalizada, desmaterializada e despersonalizada. Ainda que a sociedade tenha estas características, é necessário um grau de intervenção ou tutela pública, por exemplo, no que tange as relações de consumo, especialmente de crédito.

No amplo campo das relações entre fornecedores e consumidores, um aspecto que se apresenta como um problema é o efetivo controle de grandes empresas que possuem maior poder econômico e organizacional. Estas empresas geralmente são particulares e tem como objetivo principal uma alta lucratividade, com um mínimo de responsabilidade social e, em ocasiões, com afetação grave dos direitos dos cidadãos. Neste caso se enquadram as entidades financeiras que outorgam créditos de consumo.

A importância destas organizações observa-se no fato de que, com o neoliberalismo, as pessoas descobriram nos créditos a possibilidade de satisfazer suas necessidades e adquirir bens e serviços, sem ter que guardar dinheiro por um longo tempo para isso, junto com a facilidade que as entidades financeiras apresentam para outorgar créditos a quem os solicite, com exigências mínimas. Endividar-se faz parte da vida contemporânea, o que mudou foi a forma em que se organizam as finanças dos lares e, inevitavelmente, faz com que o superendividamento se traslade para as famílias.

3.1 PARTICULARIDADES DO CONSUMIDOR FINANCEIRO E IDENTIFICAÇÃO DO SETOR

Segundo a Declaração de Salvador do Mercosul (2009, p. 2-3), em relação ao crédito e o superendividamento, o consumidor financeiro tem direito de ser protegido contra:

- a. toda publicidade enganosa ou que oculte, de alguma forma, os riscos e os ônus da contratação do crédito, ou que façam alusão a “crédito gratuito”;
- b. a concessão irresponsável de crédito;
- c. as práticas abusivas ou que se prevaleçam da sua fraqueza ou ignorância;
- d. direito de ter tratamento diferenciado, tendo em vista fatores que elevem a sua vulnerabilidade, tais como sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, em toda a relação de consumo;
- e. ter acesso, em toda a relação de consumo, a informações claras, precisas e qualificadas, especialmente sobre o objeto e a duração da operação proposta, o número de prestações, a taxa de juros anual, o custo total do crédito, o preço à vista e o preço total financiado, bem como sobre as características essenciais de cada modalidade contratual;
- f. ter acesso prévio à cópia do contrato, sem a qual ele não se vincula, e, a qualquer momento, à cópia escrita do contrato assinado;
- g. 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;
- h. tem direito de se arrepender nos contratos de crédito ao consumo, em período determinado, possibilitando-lhe desistir do contrato firmado sem necessidade de justificar o motivo e sem qualquer ônus;
- i. receber aconselhamento em relação à adequação do crédito pretendido;
- j. receber ações e políticas de prevenção e tratamento da situação de superendividamento, de educação para o consumo de crédito consciente e de organização do orçamento familiar;
- k. o consumidor que se encontrar em situação de superendividamento à renegociação das parcelas mensais, para ter preservado o seu mínimo existencial, com fundamento no princípio da dignidade da pessoa humana; e finalmente,

1. ter o princípio do “empréstimo responsável” respeitado pelo fornecedor, tendo inclusive direito à reparação civil em caso de sua não observância.

Algumas regulamentações colombianas identificam o alcance do conceito de consumidor frente às definições contidas em marcos legais que regem alguns setores da economia, por exemplo, no setor financeiro, a Lei 1328 de 2009 (Regime de Proteção do Consumidor Financeiro) define o consumidor como “todo cliente, usuário ou cliente potencial das entidades vigiadas”. Entende-se por cliente a pessoa física ou jurídica com quem as entidades vigiadas estabelecem relações de origem legal ou contratual, para o fornecimento de produtos ou serviços, no desenvolvimento do seu objeto social. O usuário, por sua vez, é aquela pessoa que, sem ser cliente, utiliza os serviços de uma entidade vigiada. E, finalmente, cliente potencial é a pessoa que se encontra na fase anterior de negociações preliminares com a entidade vigiada, respeito dos produtos ou serviços oferecidos por ela (Artigo 2º)¹⁰.

O conceito de consumidor financeiro trazido pela legislação colombiana tem um caráter amplo, no sentido de abranger não só o cliente ou usuário dos serviços desse setor senão também as pessoas que, sem ser clientes, utilizam os serviços oferecidos ou estão nas negociações preliminares para aquilo. Em comparação ao Estatuto do Consumidor que limita seu alcance de proteção aos clientes ou usuários.

Aquelas entidades vigiadas pela Superintendência Financeira são Estabelecimentos de Crédito, Entidades de Seguros, Administradores de Fundos de Pensões e *Cesantías*, Fiduciários, Intermediários de Valores e de Carteira de Investimento. O Sistema Financeiro colombiano está composto pelos estabelecimentos de crédito (EC), pelas entidades de serviços financeiros (ESF) e outras entidades financeiras, que na sua maioria, se agrupam mediante a figura de conglomerados financeiros, fazendo presença tanto no âmbito interno como externo (BANCO DE LA REPÚBLICA, 2013, p. 5). Neste século este setor tem-se fortalecido pela intervenção do governo nacional e da Superintendência Financeira (SFC)¹¹. A função principal dos estabelecimentos de crédito é “canalizar os recursos dos agentes superavitários da economia para os deficitários, mediante a captação de fundos do público em moeda legal, para sua

¹⁰ Texto original do artigo 2º da Lei 1328 de 2009: “*Para los efectos del presente régimen, se consagran las siguientes definiciones:*

a) *Cliente: Es la persona natural o jurídica con quien las entidades vigiladas establecen relaciones de origen legal o contractual, para el suministro de productos o servicios, en desarrollo de su objeto social.*

b) *Usuario: Es la persona natural o jurídica quien, sin ser cliente, utiliza los servicios de una entidad vigilada.*

c) *Cliente Potencial: Es la persona natural o jurídica que se encuentra en la fase previa de tratativas preliminares con la entidad vigilada, respecto de los productos o servicios ofrecidos por esta.*

d) *Consumidor financiero: Es todo cliente, usuario o cliente potencial de las entidades vigiladas (...)*”

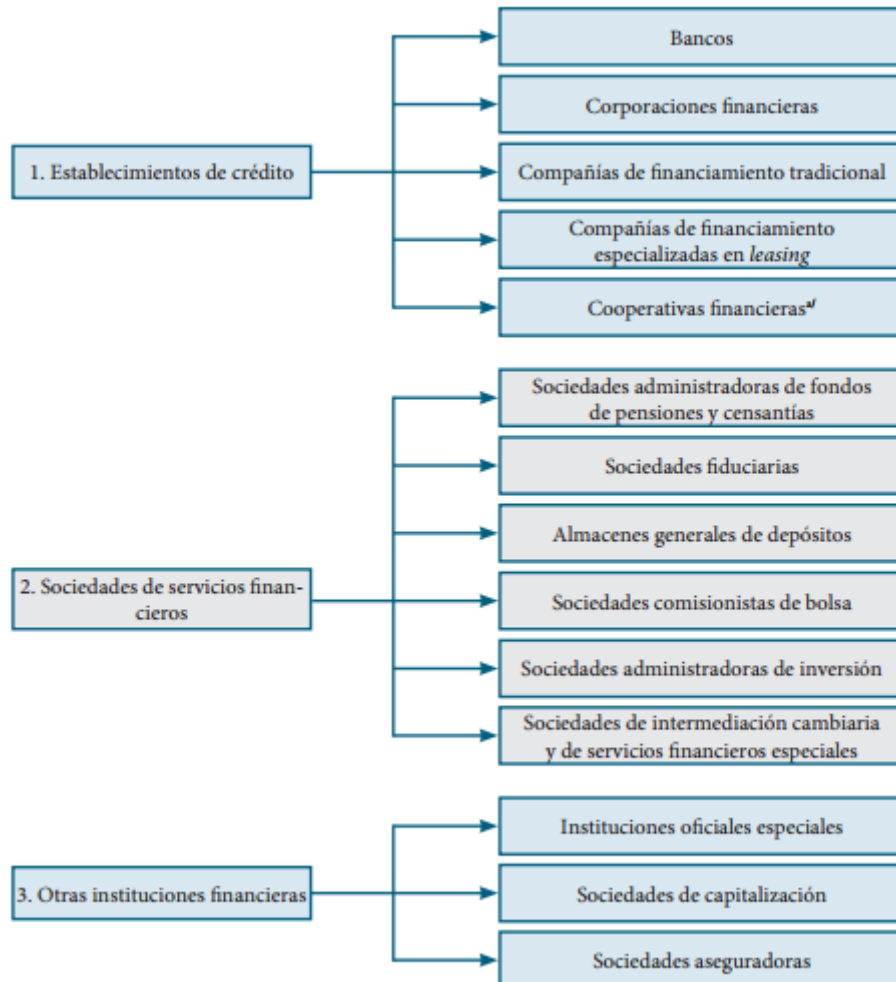
¹¹ Instituição encarregada de promover a solvência, disciplina e vigilância do Sistema Financeiro. Faz parte do Poder Executivo e encontra-se vinculada ao Ministério da Fazenda e Crédito Público, tem caráter técnico, personalidade jurídica, autonomia administrativa e financeira e patrimônio próprio (COLOMBIA, SFC).

posterior colocação por meio de empréstimos e outras operações ativas” (BANCO DE LA REPÚBLICA, 2013, p. 6). Após a crise dos anos noventa, devido às liquidações e fusões, seu número foi reduzido de 105 entidades em 1998 para 56 em 2012.

Além dos EC, existem as sociedades de serviços financeiros (SSF), que prestam todo tipo de serviços dessa natureza, mas não cumprem com o labor tradicional de intermediação de recursos, adquirindo obrigações de meio e não de resultado. Estas entidades prestam assessoria financeira especializada na administração de recursos. A este grupo pertencem as sociedades fiduciárias, os armazéns gerais de depósito, empresas administradoras de fundos de pensão e de *cesantías*, as de intermediação cambiária e de serviços financeiros especiais; no entanto, para agrupar as instituições que administram recursos próprios e de terceiros, pode-se adicionar as corretoras de bolsa (SCB) e as sociedades administradoras de investimento – SAI (BANCO DE LA REPÚBLICA, 2013, p. 7).

No seguinte quadro pode-se observar com detalhe a classificação do Sistema Financeiro colombiano:

Quadro 1 – classificação das entidades do Sistema Financeiro Colombiano.



Fonte: BANCO DE LA REPÚBLICA, 2013, p.7.

No Brasil, o Sistema Financeiro Nacional caracteriza-se por uma configuração vertical “onde se prima pela hierarquização, tendo o Conselho Monetário Nacional como órgão normativo, o Banco Central como agente fiscalizador, e as instituições financeiras como operadores do sistema” (VASCONSELOS, 2009, p. 37).

Classifica-se em três ramos: moeda, crédito, capitais e cambio que é o primeiro e principal ramo do SFN que lida diretamente com quatro tipos de mercado:

1. Monetário: é o mercado que fornece à economia papel-moeda e moeda escritural, aquela depositada em conta-corrente;
2. De crédito: é o mercado que fornece recursos para o consumo das pessoas em geral e para o funcionamento das empresas;
3. De capitais: é o mercado que permite às empresas em geral captar recursos de terceiros e, portanto, compartilhar os ganhos e os riscos;
4. De câmbio: é o mercado de compra e venda de moeda estrangeira (BRASIL, Banco Central do Brasil).

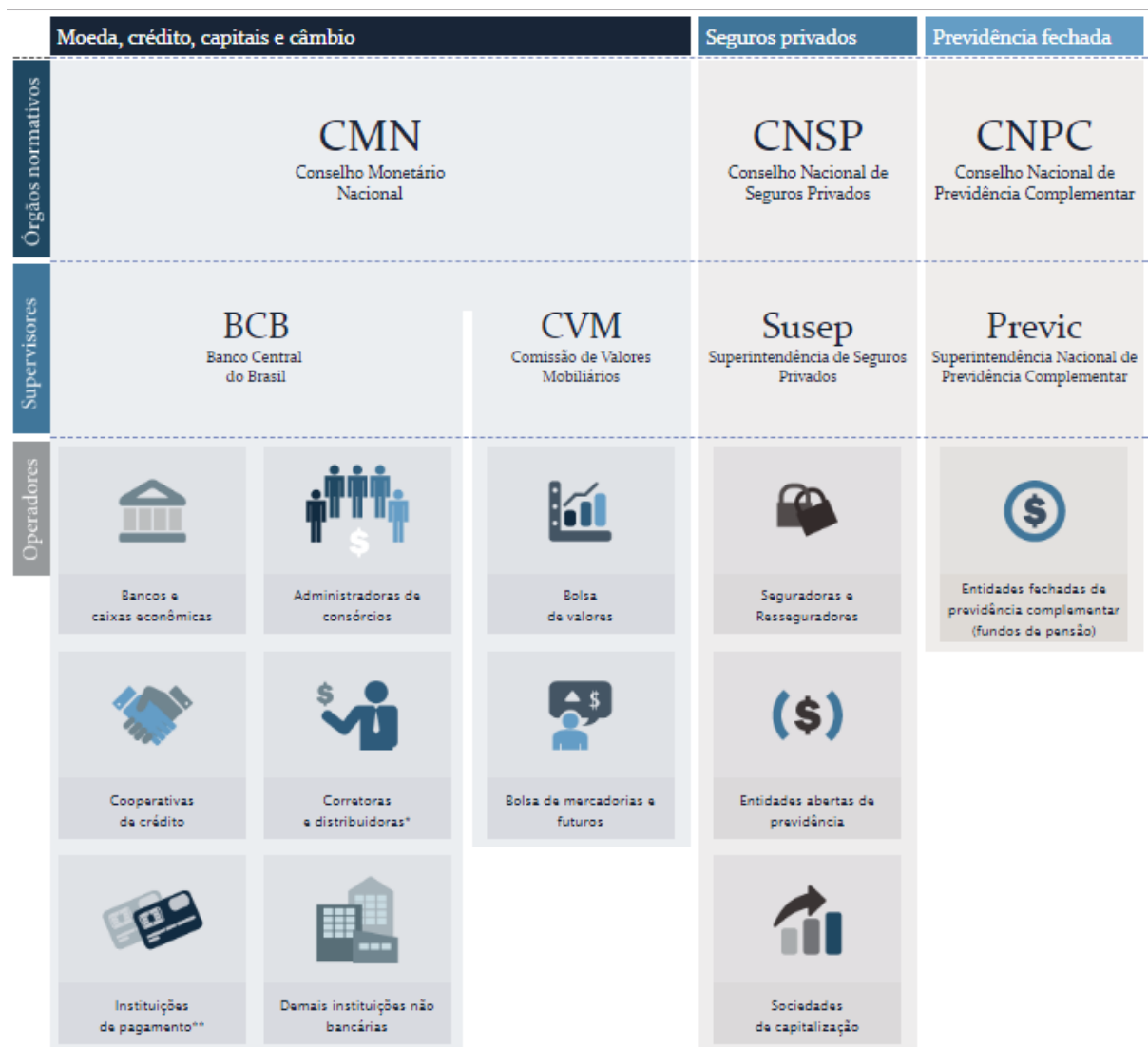
O segundo é o ramo dos seguros privados, contratos de capitalização e previdência complementar aberta:

1. Mercado de seguros privados: é o mercado que oferece serviços de proteção contra riscos;
2. Previdência complementar aberta: é um tipo de plano para aposentadoria, poupança ou pensão. Funciona à parte do regime geral de previdência e aceita a participação do público em geral.
3. Contratos de capitalização: são os acordos em que o contratante deposita valores podendo recebê-los de volta com juros e concorrer a prêmios (BRASIL, Banco Central do Brasil).

Finalmente, o terceiro ramo dos fundos de pensão, está voltado para funcionários de empresas e organizações. Trata de planos de aposentadoria, poupança ou pensão para funcionários de empresas, servidores públicos e integrantes de associações ou entidades de classe (BRASIL, Banco Central do Brasil).

Por sua vez, existem órgãos normativos que determinam regras gerais para o bom funcionamento do Sistema Financeiro Nacional; supervisores que trabalham para que os cidadãos e os integrantes do sistema financeiro sigam as regras definidas pelos órgãos normativos e os Operadores que são as instituições que lidam diretamente com o público, no papel de intermediário financeiro (BRASIL, Banco Central do Brasil).

Quadro 2 – composição e segmentos do Sistema Financeiro Nacional brasileiro.



Fonte: BRASIL, Banco Central do Brasil.

No dia 26 de julho de 2001, o Banco Central do Brasil editou a Resolução 2.878 que pretendia estabelecer “procedimentos a serem observados pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil na contratação de operações e na prestação de serviços aos clientes e ao público em geral”, que reproduziu em parte os princípios contidos na Lei 8.078/90. A edição de normas desse tipo, voltadas às relações jurídicas bancárias e aos consumidores de seus serviços, buscava harmonizar as reclamações que recaiam sobre o setor e renitência em admitir-se a incidência do CDC sobre os negócios bancários. “Apesar da louvável iniciativa, as reclamações e as disputas continuaram, de um lado com a insatisfação de clientes e de outro a resistência de instituições financeiras no atendimento de preceitos do CDC” (VASCONSELOS, 2009, p. 38) especialmente no que refere às

atividades como empréstimos e financiamentos, naquilo que envolvia taxa de juros e o *spread* bancário.

Porém o CDC estabeleceu no parágrafo 2º do artigo 3º que por serviço deveria se entender 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” (grifo nosso). Assim, deve se compreender a atividade financeira como sujeita ao regime de proteção do direito do consumidor, por expressa disposição da lei, especialmente aos princípios norteadores aplicáveis às relações de consumo e aos contratos. Em reforço, o artigo 52 assinala os critérios para o fornecimento de produtos e serviços de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, ressaltando o dever de informar prévia e adequadamente sobre os seguintes aspectos:

- I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- II - montante dos 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.

Para o caso concreto, os Estabelecimentos Bancários, as Corporações Financeiras, as Companhias de Financiamento e as Entidades Cooperativas de caráter financeiro são as principais instituições que colocam e captam dinheiro do consumidor, e são aquelas que de uma ou outra forma, promovem práticas irresponsáveis de endividamento e consumo.

3.2 ENDIVIDAMENTO E SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES

A elevação do individualismo, característico da modernidade, se dá como resposta ao abandono dos mandados religiosos e leva o ser humano a buscar alguma outra espécie de coação ou orientação para suas escolhas, que são guiadas pelo medo próprio da sociedade de consumo: a exclusão social (risco inerente, nos termos de Beck). Atitude que facilita a ampliação do crédito e a desregulamentação ao fornecedor daquele, pois foi o consumo que preencheu esse vazio deixado pelos valores religiosos e morais para dar passo a uma sociedade da escolha. Porém, o consumidor não é precisamente um bom administrador, nem o mais esclarecido para gerenciar suas finanças.

Nesse sentido o crédito, estabelecido e promovido como instrumento de maior acessibilidade aos bens de consumo, operou a modificação dos valores na sociedade. Como afirma Lipovetsky “o maior instrumento de destruição da ética protestante foi a invenção do

crédito” (2005, p. 64). A dívida se apresenta como um processo de subjetivação que compromete o corpo e o espírito. Para “Mauricio Lazzarato a produção econômica implica a produção e o controle da subjetividade e das suas formas de vida, a economia supõe uma ‘moralidade de costumes’, o desejo faz parte da infraestrutura” (apud BERTONCELLO, 2015, p. 37) e a assunção das dívidas como modelo normal de vida, com os inevitáveis riscos e custos. Nesse contexto seria esperado que o Estado interviesse com algum amparo ou tutela nos casos de excesso de consumo (BERTONCELLO, 2015, p. 38). Intervenção que permitiria uma espécie de reinserção social, combatendo assim o medo maior do cidadão na sociedade de consumo.

O crédito se associa, em sua fundamentação básica, às noções de confiança e decurso do tempo. “A confiança advém da raiz histórica da base latina do termo *credere*, e revela o que atrai aquele que busca o financiamento ou empréstimo, somente duas formulações da realização prática do crédito, ligando inicialmente aquele que fornece o dinheiro ao outro que o busca” (GAULIA, In. MARQUES et al. 2016, p. 48). No contrato de crédito se revela a confiança do consumidor na primeira opção da entidade fornecedora, nas garantias oferecidas e no retorno do dinheiro. A temporalidade aparece no prazo de duração do contrato, configurado pelo período de tempo pactuado para o pagamento (GAULIA, In. MARQUES et al. 2016, p. 48). O crédito permite o acesso aos modelos de vida estandardizados, à felicidade prometida e vendida pela propaganda, e às falsas necessidades criadas.

O endividamento é uma situação normal pela qual o trabalhador satisfaz suas necessidades mediante a aquisição de bens de consumo, destinando parte da sua renda ao pagamento das prestações decorrentes do empréstimo que permitiu consumir, sem comprometer o orçamento das despesas básicas pessoais ou do seu lar. Assim, explica Antônio Carlos Efig (In. WOOLCOTT ET AL., 2017, p. 141), endividar-se para consumir produtos, faz parte da vida em sociedade nos tempos que correm, porém, a democratização do crédito trouxe consigo a concessão irresponsável de empréstimos e financiamentos, que os consumidores não podem pagar, gerando um problema estrutural e duradouro que altera até as condições mínimas de existência.

Na opinião de Cristina Tereza Gaulia (In. MARQUES, 2016, p. 51), o endividamento é o processo gerado por vários modos e meios, mas vem sorrateiro, por necessidades emergenciais, para possibilitar uma ou outra realização pessoal simbólica, ou permitir, mesmo que só na aparência, a “criação de novas identidades culturais e de novas oportunidades de participação social, distintas do sistema eleitoral e político, possibilitando uma democracia de maior amplitude, a democracia do gasto” (MARQUES; CAVALLAZZI, 2006, p. 24).

O endividamento excessivo para consumir chama-se superendividamento, que pode ser visto como um risco global na sociedade moderna de consumo e um fenômeno social, jurídico e econômico que afeta a sociedade brasileira e a colombiana, como os demais países. Este fenômeno se explica como “a impossibilidade global do devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com Fisco, oriunda de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio” (MARQUES C., 2006, p. 256).

Superendividamento é um estado financeiro anormal, que se caracteriza pela insuficiência de recursos do indivíduo para cumprir com os pagamentos das diferentes obrigações contraídas. Pode ser ativo, quando a pessoa se endivida por um valor maior do que efetivamente pode pagar, contribuindo ativamente para se colocar nessa situação de impossibilidade de pagamento, associado principalmente à adição ao consumo ou ao consumo irreflexivo (superendividamento ativo consciente); ou pode ser passivo, quando se faz impossível cumprir com os compromissos creditícios, em razão de situações imprevisíveis e alheias a sua vontade que diminuem os ingressos ou aumentam os gastos, afetando gravemente sua capacidade de pagamento (MARQUES M., 2000, p. 237).

O superendividamento ativo é

equiparado ao consumidor ‘vítima da ‘febre’ compradora’, capaz de provocar gastos para os quais não terá condições de pagar, multiplicando as dívidas. Aquele consumidor que não agiu de má-fé e não contraiu intencionalmente as dívidas para não paga-las se chama de superendividado ativo consciente[...] (BERTONCELLO, 2015, p. 43).

Por sua vez, “a vítima da imprevidência e da falta de gestão do orçamento familiar diante da sedução consumista própria da nossa época” (BERTONCELLO, 2015, p. 43). Se chama de superendividado ativo inconsciente. Tanto o superendividamento ativo como o passivo são responsáveis pela modificação de importantes setores da vida em sociedade e, como tal, interpretados como ponto alto de conquista da modernização ocidental (BERTONCELLO, 2015, p. 43). O superendividamento inconsciente pode se dever ao fato de que os consumidores não souberam calcular o impacto da dívida no seu orçamento, seja porque não foram previamente informados dos encargos da contratação ou porque tiveram acesso ao crédito concedido de forma irresponsável pelo fornecedor de crédito, mas sempre de boa-fé, acreditando que conseguiriam cumprir com suas obrigações (LIMA, 2014, p. 34). Por sua vez, o superendividamento passivo se deve a contingências advindas capazes de diminuir os ingressos ou aumentar as despesas, impedindo o consumidor de lidar com a dívida, como a

perda de emprego, um acidente, doença ou falecimento, assunção de gastos imprevisíveis, separação ou divórcio, entre outras.

Outra circunstância de superendividamento pode acontecer nos casos em que a incapacidade de pagamento não se deve ao excesso de crédito assumido, senão ao excesso de consumo à vista até o ponto de afetar a renda, que está comprometida com o pagamento de dívidas. Este tipo de consumo irreflexivo, em grande parte impulsivo, é efeito imediato a publicidade, da disposição do dinheiro nos cartões de crédito, ou das compras pela internet mediante plataformas de *e-commerce* e de adições (TRUJILLO DIEZ, 2003, p. 3).

Assim, considera-se que “o baixo custo do crédito, o alto custo da moradia, a insegurança no emprego e a instabilidade familiar (sinais deste tempo) são os principais fatores que, em conjunto, colocam as famílias em alto risco de falência”¹² (TRUJILLO DIEZ, 2003, p. 2). Precisando de uma rede ou política de segurança que suavize e evite as dificuldades de pagamento das famílias superendividadas, aquelas medidas têm que impedir que o cidadão cesse definitivamente os pagamentos das suas obrigações financeiras ou que responda com seu patrimônio e o de sua família, deixando-o totalmente indefeso. Para Trujillo Diez (2003, p. 2) o protótipo de consumidor em risco de superendividamento é aquele que deve cumprir com seus créditos de consumo com cargo aos seus ingressos salariais previsíveis e a um moderado patrimônio constituído geralmente pela sua moradia.

Embora o Mercosul (2009, p. 1) afirme que a expansão do crédito tem importância para o desenvolvimento econômico e social dos países do Mercosul, reconhece que a variedade e complexidade do mercado de serviços financeiros atual impõe numerosos desafios para a proteção e defesa dos consumidores, considerando que o consumo de bens e serviços passou a ser acompanhado quase sempre de uma operação de crédito, sem que o consumidor tenha clareza da complexidade dos negócios celebrados e das consequências para o mercado e para a sociedade. Também aceita que o contrato de crédito envolve não apenas riscos financeiros ao consumidor, mas também eventuais riscos sobre sua qualidade de vida, dignidade, saúde e segurança; e que para o equilíbrio econômico e social, é necessário que a concessão de crédito seja feita de forma transparente e responsável, para evitar o fenômeno do superendividamento que tem impacto social e caráter coletivo que afeta grande parte da população.

¹² Texto original: “*la baratura del crédito, el elevado coste de la vivienda, la precariedad laboral e inestabilidad familiar (signos de este tiempo) son los principales factores que conjuntados colocan a los hogares ante un alto riesgo de bancarrota*”.

3.3 CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES

Por ser um fenômeno econômico, social e cultural, o superendividamento tem múltiplas causas. A sociologia traz um amplo estudo sobre o consumismo como mal da sociedade moderna que leva a pessoa a consumir muito mais do que necessário e útil. A vulnerabilidade e assimetria informacional impregnam no consumidor uma fragilidade que o suscetibiliza e predispõe para o consumo excessivo. Por sua parte, as práticas financeiras de concessão de crédito, o crédito em si mesmo, a publicidade, a má-informação, a abusividade e o cálculo do risco, entre outras, podem ser explicações deste problema moderno.

Dentre as causas do superendividamento podem se mencionar as seguintes: a) concessão irresponsável do crédito; b) a publicidade do crédito fácil; c) a falta de informação para o cidadão; d) a falta de informação para compreender o impacto das taxas de juros, bem como o comprometimento da renda com o custo do crédito contratado; e) a formação do *spread* bancário com base em uma inadimplência provisionada de forma pessimista; f) a falta de concorrência no setor bancário; vii) a falta de controle e intervenção estatal; e, finalmente, g) a falta de comprometimento (responsabilidade) da concedente com o sucesso do crédito (EFING, 2012, p. 674-675).

As instituições financeiras que oferecem créditos de consumo devem fazer uma análise minuciosa sobre a capacidade de comprometimento de renda e pagamento, consultando órgãos de restrição e se preocupando com o sucesso do empréstimo, para assim evitar o uso incoerente do crédito (EFING, 2012, p. 675). Também devem verificar a capacidade e compreensão do cliente das obrigações contidas no contrato, sobre a adequada utilização dos recursos e sobre o risco de superendividamento. Outro fator que coloca o consumidor em uma situação de risco e fragilidade é a publicidade, seja de crédito ou de bens e serviços. Sua agressividade e o uso de técnicas de *neuromarketing*, que atinge diretamente as sensações que o consumidor experimenta no processo de compra, tem a capacidade de “influenciar o comportamento do consumidor por meio de estímulos voltados a atingir o seu inconsciente, tolhendo suas possibilidades de resistência e impossibilitando qualquer defesa (...)” (TAMBARA; BATISTA; FREITAS, 2014 p. 3). É por isso que esse tipo de persuasão é completamente questionável e inaceitável pela sua intromissão e manipulação da autonomia individual, pela suspeita que gera e pelos efeitos sociais, econômicos e culturais negativos que produz. Particularmente a publicidade do crédito associa a ele a satisfação imediata do cidadão “este, vulnerável e necessitando de crédito, fará o empréstimo sem qualquer tipo de orientação financeira para geri-lo” (EFING, 2012, p. 675).

A concessão de créditos de consumo virou armadilha para os consumidores. A desinformação, ou simplesmente a ausência dela, leva o cidadão carente de educação financeira e de conhecimento técnico, com necessidades ou patologias consumeristas, a aderir às imposições do banco, sem sopesar os efeitos que suas decisões podem ter no futuro nas suas finanças familiares e pessoais. Consumidores que não recebem previamente as informações sobre as condições contratuais (custos, prazos certos, juros, impacto da dívida no orçamento) correm mais risco de endividarem-se. Claramente a falta de informação contraria os princípios e direitos básicos dos consumidores, que expressamente obrigam o fornecedor a dar informação clara, adequada e verdadeira sobre o bem ou serviço oferecido.

Na opinião de Claudia Lima Marques (2005, p. 325) a vulnerabilidade pode ser técnica, jurídica ou científica, fática ou informacional. Esta última em razão dos fornecedores deterem a totalidade da informação sobre os produtos ou serviços que oferecem. Assim, entendendo que a atenção da parte fraca dentro da relação de consumo justifica a intervenção do Estado, é necessário reconhecer que a informação torna-se garantia fundamental, como princípio e direito dentro do Sistema de Proteção dos Consumidores. Nesse sentido, como afirma Antônio Carlos Efig (2012, p. 111) “pode ser considerado a mais importante baliza norteadora das regras inerentes à Política Nacional da Relação de Consumo, devido à sua abrangência no sistema de defesa do consumidor”. O princípio da transparência deve ser aplicado pelos fornecedores na relação de consumo, pois ele “alerta para o fato de que a informação não basta ser formal; ela deve efetivamente contribuir para que o consumidor possa tomar decisões, devendo qualificar-se como informação eficaz (transparente)” (EFING, 2012, p. 103).

Quanto ao *spread* bancário, deve saber-se que a inadimplência é o principal fator de sua formação, quer dizer, que as “instituições financeiras se preparam para combater uma possível inadimplência transferindo o risco de sua atividade para os consumidores que são adimplentes” justificando assim, a imposição de juros altos, “primando pela criação da cédula de crédito bancária, pelo banco de dados positivo, garantindo – à margem dos interesses dos consumidores – a lucratividade (invariavelmente alta) das instituições financeiras (...)”(EFING, 2012, p. 676). Nesse sentido, a assunção arriscada de concessão de créditos justifica a alta taxa de juros certificada pelo Banco Central. Porém, o risco da atividade financeira não deveria ser trasladado ao consumidor, que é a parte fraca da relação de consumo. As práticas ruins e irresponsáveis de concessão de crédito, a inadimplência e conseqüente fracasso do crédito devem ser uma carga que deve ser assumida pelo fornecedor, que é aquele que tem a capacidade de evitar o combater essas conseqüências negativas; ou pelo Estado, que omitiu a devida diligência e vigilância ou que certificou juros altos demais, que oneraram excessivamente o cliente. Não obstante,

mediante essa configuração do *spread* bancário, a lucratividade da operação financeira permanece alta e intacta.

Premiar as entidades financeiras com altos rendimentos por assumir riscos cada vez mais altos nas suas operações, sem verificar as consequências negativas para a economia e os cidadãos, é por demais inaceitável. Infelizmente a desregulamentação dos mercados de crédito, a redução de mecanismos de controle à concessão de crédito e a certificação do aumento da taxa de juros, como resultado da redução do estado de bem-estar e o fortalecimento do neoliberalismo, consolidaram um setor financeiro forte, com grande poder econômico, organizacional e, especialmente, político, que foge, muitas vezes, do débil controle estatal e que monopoliza o mercado, limitando a possibilidade de escolha do consumidor e impondo condições no mercado além do poder estatal.

A concorrência no mercado tem grande importância, pois leva a uma alocação eficiente de recursos, que constitui o que os economistas chamam de primeiro teorema do bem-estar, que diz que os agentes econômicos são tomadores de preços. Estes atuam de forma independente e são suficientemente pequenos em tamanho de mercado para terem ignorado o impacto de suas ações sobre os preços de mercado. “Os consumidores são os maiores beneficiados pela concorrência”, porém “as empresas se esforçam ao máximo para prejudicar a concorrência, pois isso torna mais fácil ganhar dinheiro” (ZINGALES, 2015, p. 26). Acumulando poder demais e gerando a necessidade ao Estado de resgatá-los porque, nos termos do autor citado, são grandes demais para falir.

Outra causa do superendividamento é a falta de comprometimento com o sucesso do crédito e sua consequente concessão irresponsável, ou seja, quando a entidade financeira concede um crédito de consumo sabendo, ou devendo saber, que o devedor não terá condições financeiras de pagar o dinheiro emprestado no futuro (EFING, 2012, p. 675-676). Neste ponto, a análise do risco tem grande importância, pois a taxa elevada de juros jamais vai compensar a assunção de um risco alto. É um contrassenso assumir que um consumidor que tem dificuldades financeiras ou uma capacidade de endividamento baixa consiga e deva compensar essa circunstância pagando a máxima taxa de juros, porque certamente no decorrer do tempo será um devedor inadimplente. Embora na lógica do ganho de lucro sem responsabilidade social, é perfeitamente possível.

Nos países que não oferecem serviços públicos e gratuitos de saúde e educação, oneram com essas despesas os orçamentos familiares e pessoais. Situação que é agravada quando não existe um sistema de amparo de contingências como desemprego ou acidentes, que, quando acontecem, obrigam ao cidadão a recorrer ao crédito para atingir esses gastos imprevistos. Com

a redução da renda e o aumento das dívidas, a possibilidade de pagamentos desaparece e ocorre o superendividamento (LIMA, 2014, p. 35). A falta de controle dos impulsos de consumo é outra das causas do endividamento excessivo, pois se caracterizam por não fazer um planejamento racional do futuro, colocando a pessoa entre a opção de economizar para o futuro ou comprar hoje, muitos dos consumidores escolhem a segunda. Outro fator que influencia o comportamento do consumidor é explicado por Claudia Lima Marques (2014, p. 36) assim: “os consumidores tendem a tomar decisões subestimando os riscos e superestimando as chances de sucesso de reembolso do crédito no futuro. Acreditando que permaneceram no emprego, que terão o salário garantido e que a economia permanecerá estável, tendem a gastar mais”. Podem-se citar outros fatores que estão relacionados ao desenvolvimento da sociedade do consumo, que cria novas formas de crédito, diferentes estratégias de atendimento multicanal (pela internet, na loja física, na casa, pelo telefone, a milhões de quilômetros de distância, em qualquer momento e com excelente disposição para atender sua vontade de consumo) “alimentando a busca de uma felicidade que é vendida pela mídia, transformando aos cidadãos em superendividados” (LIMA, 2014, p. 36).

Sem dúvida o cartão de crédito é uns dos grandes males da sociedade moderna. Graças a suas peculiaridades que o diferencia de outras formas de crédito, principalmente sua concessão, aumento de limite, juros e o imediatismo, o fato de não ter que pedir permissão, nem se privar de comprar e ter o que se quer em qualquer momento ou lugar, sem se trasladar ao banco para se vender a si mesmo como um devedor que cumpre com seus pagamentos e demonstra-o com fatos, e especialmente, frente à tela do computador “com um único clique”, sem fazer um planejamento racional, pois o momento doloroso do pagamento está completamente dissociado do prazeroso momento da aquisição.

Qualquer que seja a modalidade do crédito, consignado, cartão ou eletrônico, certamente deixa o consumidor em uma situação de vulnerabilidade agravada e potencial (alto) risco de superendividamento. Outros fatores causantes de superendividamento, embora imprevisíveis, são os chamados “acidentes da vida”, como desemprego, problemas de saúde, separações ou divórcios, falecimentos, entre outros. Em síntese, o superendividamento é resultado de “uma economia instável e insuficiente, com carência de empregos e renda, agravado pela cobrança de altos juros e pela publicidade e concessão de crédito de forma facilitada” (EFING, 2012, p. 674).

3.4 CONSEQUÊNCIAS DO SUPERENDIVIDAMENTO NAS FINANÇAS PESSOAIS E NA ORDEM ECONÔMICA E SOCIAL

O devedor inadimplente sofre o assédio dos credores, a exclusão social e econômica, a perda do patrimônio próprio e da sua família, o estigma social e sua tranquilidade, doenças psicossomáticas, angustia e baixa autoestima, pelo sentimento de fracasso experimentado. Enxergar o superendividamento como um mau comportamento, como uma irresponsabilidade, falha pessoal ou fraude, culpa exclusiva do devedor é muito comum. Esta compressão exclui os fatores externos que causam este fenômeno social e econômico, que é mais complexo do que o resultado de uma escolha livre individual.

A culpa do devedor e o estigma social são algumas das consequências do superendividamento, o

devedor sempre esteve emprenhado do sentimento de culpa: a culpa da derrota, do fracasso, a culpa por não corresponder ao padrão do ‘homem bom’ que o cristianismo exigia”, agora “o estigma refere caracterização de menos-valia, desqualificação do sujeito devedor, característica desviante que marca ao *homo economicus*” (GAULIA, In MARQUES, 2016, p. 63)

Este mesmo estigma acontece com a falência da pessoa física. Explica Cristina Tereza Gaulia (In MARQUES, 2016, p. 63) que algumas situações que colocam o devedor inadimplente em uma situação-limite de indignidade, em detrimento dos seus direitos fundamentais, surgidas pela incapacidade de resolver sozinho suas dívidas:

Com a redução de suas economias a zero, a inexistência absoluta de fundos disponíveis, a inserção do seu nome em cadastros de inadimplentes, o corte de serviços essenciais, a dependência e submissão ao gerente da instituição bancária, a impossibilidade de estabelecer prioridades por inviabilidade total de obter crédito, a falta de opções para o pagamento parcelado do débito (...) (GAULIA In MARQUES, 2016, p. 63).

Precisamente por aquelas consequências negativas do superendividamento se justifica o acompanhamento do Estado ao consumidor inadimplente, que se encontra em uma situação de vulnerabilidade agravada pela exposição aos riscos circundantes, que são originados pelos interesses mais fortes e protegidos da sociedade: os interesses financeiros, econômicos e do mercado de consumo.

A pessoa superendividada torna-se menos produtiva, perde o incentivo de agir de forma empreendedora, de aumentar sua renda, porquanto todo ganho redundaria em benefício dos credores (LIMA, 2014, p. 39-40). Tendo duas opções, se envolvem no mercado informal ou no

mercado ilícito, com o fim de obter uma renda que não seja repassada aos credores e que lhe permita viver e não modificar seus hábitos de consumo. As finanças pessoais e familiares são afetadas diretamente pelo superendividamento, se compromete a renda familiar destinada a satisfação de necessidades básicas, se impossibilita o pagamento do plano de saúde, de medicamentos, de terapias ou tratamentos médicos, de estudos, de recreação, o pagamento do aluguel ou o relacionado com o carro, a poupança, os serviços públicos, e mesmo a comida, entre outros. Comprometendo-se assim, a manutenção da subsistência e qualidade de vida da família, da sua dignidade.

Os credores tentarão reaver seus créditos, “utilizando todos os poderes ou direitos legalmente admitidos, penhorando bens, bloqueando contas bancárias e, conseqüentemente, o superendividado se vê empobrecido, muitas vezes sem condições de manter o sustento e qualidade de vida” (LIMA, 2014, p. 40). O estresse econômico que sofre o consumidor endividado por causa do assédio dos credores e dos mesmos problemas financeiros afeta a família em seu conjunto, experimenta raiva, frustração e culpa, para as crianças aumenta o potencial de problemas emocionais, de saúde, de depressão, de rendimento escolar, ou uso de álcool e drogas, entre outras (LIMA, 2014, p. 40).

Os indivíduos de baixa renda veem no crédito a possibilidade de aumentar seu poder aquisitivo, quando se encontram em situação de superendividamento. Não só se compromete seu novo padrão de consumo, senão sua segurança econômica e subsistência, problema ainda maior em sociedades onde os auxílios econômicos próprios do estado de bem-estar são reduzidos. O superendividamento, a restrição de crédito, a piora da situação socioeconômica do consumidor, o maior distanciamento do estilo de vida que pretendia adquirir, o agravamento do preconceito social, são produtos do estilo de vida que o mercado de consumo vende ao indivíduo e à sociedade. “Aquele que então seria apenas pobre e, quiçá um ‘fracassado’ (em oposição a bem-sucedido na vida) agora é ‘caloteiro’, ‘inadimplente’, ‘mau pagador’, ‘safado’, para ficarmos apenas nisso. Ciclo vicioso, aparentemente interminável, se não forem encontradas soluções em políticas do consumo e no Direito do Consumidor” (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 49).

O impacto socioeconômico negativo do superendividamento pode-se observar facilmente nas crises econômicas. Na Espanha, por exemplo, no primeiro trimestre de 2012 se iniciaram 46.599 processos judiciais de execuções hipotecárias, entre os suicídios e as despesas administrativas agravou-se a crise. Na crise de 2008 nos Estados Unidos, na vizinhança dos bens executados ocorreu uma desvalorização dos imóveis, por conseguinte, a redução do patrimônio da comunidade, mas não um refinanciamento dos créditos (LIMA, 2014, p. 42),

ficando empobrecidos, sem encontrar-se em situação de superendividamento. O inevitável aumento da criminalidade que acompanha as crises econômicas, o empobrecimento de famílias inteiras, sem lar e sem renda, a deserção escolar ou redução da qualidade, são consequências também do superendividamento.

3.5 ANÁLISE DOS DADOS SOBRE CONCESSÃO DE CREDITO DE CONSUMO E SUPERENDIVIDAMENTO NO BRASIL E NA COLÔMBIA

Na América Latina, o nível de endividamento dos lares aumentou devido ao crescimento e à facilitação dos créditos de consumo que coincidiu com o aumento dos ingressos de muitas famílias. Situação que atraiu múltiplos fornecedores, não só de produtos financeiros, que veem no mercado latino-americano a oportunidade para oferecer e vender qualquer tipo de bens e serviços de consumo. É assim que, dos quinze mercados com maior dependência de empréstimos por meio de cartão de crédito em 2013, quatro se encontram em América Latina, os quais são Venezuela, Colômbia, Argentina e Brasil. Depois da Ásia do Pacífico, América Latina é a região mais dependente do empréstimo mediante cartões de crédito (EVANS, 2014). Mesmo assim, Colômbia, Argentina e Chile encontram-se entre os dez países de mais rápido crescimento da dívida por causa dessa modalidade de crédito desde 2008.

Na região, os cartões de crédito oferecidos pelas lojas monopolizaram grande parte da população, especialmente aquela que teve mais problemas para acessar os empréstimos tradicionais de consumo, pois é uma opção para obter benefícios, como preços especiais e compras diárias. Os cartões definitivamente mudaram a maneira pela qual as pessoas adquiriram os bens e serviços não apenas os suntuosos, mas também os necessários, uma vez que a possibilidade de comprar com cartões se estendeu a produtos como alimentos, medicamentos, educação, saúde e muito mais. Benefícios estes que foram acompanhados pela publicidade sobre o crédito imediato.

A Superintendência Financeira da Colômbia compila informes semestrais sobre operações monetárias e não monetárias. Nos primeiros seis meses do ano 2017, os estabelecimentos bancários realizaram 2.662.030.487 operações, sendo 1.387.622.411 monetárias por valor de \$3.509,4 bilhões de pesos e 1.274.408.076 não monetárias (COLOMBIA, 2017a; 2017b, p. 22). Mesmo assim, a mesma entidade reporta mensalmente as operações de colocações por modalidade de crédito e por entidade bancária, por exemplo, o

Banco de Bogotá, entre maio de 2002 e outubro de 2017, outorgou os seguintes créditos de consumo com a respectiva taxa de juros (os valores estão em milhões de pesos colombianos):

Quadro 3 - créditos de consumo Banco de Bogotá

DATA	CRÉDITO DE CONSUMO	
	TAXA JUROS	MONTO
may-02	27,19	33.926
may-03	26,54	11.035
may-04	26,71	14.062
may-05	25,84	29.968
may-06	21,68	55.510
may-07	20,76	150.458
may-08	23,75	139.325
may-09	23,95	107.029
may-10	18,11	145.421
may-11	19,09	217.445
may-12	21,16	303.205
may-13	22,01	295.824
may-14	17,72	342.969
may-15	18,02	364.307
may-16	19,49	337.624
jun-16	19,26	426.196
jul-16	19,54	337.235
ago-16	20,70	389.836
sep-16	21,05	367.001
oct-16	21,53	363.697
nov-16	20,91	500.421
dic-16	21,16	400.414
ene-17	22,21	287.962
feb-17	21,19	366.482
mar-17	20,67	491.315
abr-17	21,02	341.718
may-17	21,98	412.788
jun-17	21,61	345.067
jul-17	21,62	315.908
ago-17	21,12	435.917
sep-17	20,44	434.192
oct-17	20,42	380.129

Fonte: COLOMBIA, 2017a; 2017b.

Da tabela pode-se extrair que, nos últimos quinze anos, o Banco de Bogotá outorgou no total \$ 33.971.333.000.000 pesos colombianos em créditos de consumo, que na média mensal deu \$ 190.850.185.393,25 pesos colombianos aos consumidores mediante essa modalidade de empréstimo. Também se verifica que a taxa de juros corrente para a modalidade de crédito de consumo, certificada pela Superintendência Financeira para outubro de 2017, era de máximo

de 21.15% efetivo anual, descendo 33 pontos básicos (-0.33%) em relação com a certificação anterior de 21.48% (COLOMBIA, 2017a). E que a média da taxa de juros cobrada pelo Banco de Bogotá, nos últimos quinze anos, é de 22,57% efetivo anual, percentagem que excede a taxa de juros certificada pela Superintendência em outubro de 2017. Entre o ano de 2002 e outubro de 2017, tem-se que o Banco de Bogotá emprestou a seus clientes \$ 25.794.743.000.000 pesos colombianos em cartão de crédito, tendo como média da taxa de juros 29,23% efetivo anual, que talvez seja a taxa mais alta de juros cobrada no mercado.

A Colômbia se caracteriza por ter um setor financeiro forte e lucrativo, fato que se evidencia com os mais de 3.65 bilhões de pesos que ganharam com o corte de maio de 2017, nesse grupo as Entidades Bancárias tiveram ganhos por 3,42 bilhões de pesos; as Corporações Financeiras reportaram cifras positivas, ganharam 213.737 milhões de pesos, enquanto as Cooperativas Financeiras renderam benefícios por 27.060 milhões de pesos (PORTAFOLIO, 2017).

Segundo um estudo elaborado pelo Banco da República de Colômbia o nível de endividamento dos lares em 1996 e 1998 seguiu uma dinâmica de explosão devido ao crescimento dos preços da moradia e na relação das restrições creditícias, em 1999 e 2000 sofreu uma queda profunda, tanto em níveis como em participação sobre o ingresso e o patrimônio dos lares (GONZÁLEZ e LEÓN, 2007, p. 15). Desde 2000 até 2003 permaneceu estável e em 2004 começou a crescer de novo por causa do “aumento da confiança dos lares no sistema financeiro e pela diminuição no racionamento do crédito” (GONZÁLEZ e LEÓN, 2007, p. 15).

No país o endividamento das famílias aumentou e, se as condições do mercado de crédito forem mantidas, espera-se continuar a fazê-lo. Isso implica que as políticas sejam estabelecidas para mantê-lo em níveis saudáveis, porque quando “a dívida e os encargos financeiros são muito elevados, as famílias se tornam vulneráveis a mudanças na renda e na taxa de juros e, eventualmente, terão para repudiar suas dívidas” (GONZALEZ, LEON, 2007), um indicador de que o Estado e as instituições financeiras devem garantir que a assunção de risco não seja exclusiva dos devedores, mas sim que seja uma responsabilidade compartilhada.

No Brasil, perante a inexistência de regulamentação para a compreensão e tratamento do superendividamento, no ano 2004, o Grupo de Pesquisa CNPq “Mercosul e Direito do Consumidor/ UFRGS, em cooperação com a Defensoria Pública do Rio Grande do Sul (MARQUES e MIRAGEM, 2014, p. 154), fizeram uma pesquisa para apuração da existência de consumidores endividados em dez Comarcas desse Estado. A pesquisa foi coordenada por Claudia Lima Marques e foi realizada com cem consumidores no Estado Rio Grande do Sul,

resultando que há 36% de superendividados em razão do desemprego, 19,5% em razão de doença ou acidente. Verificou-se também que, nos 2.486 casos atendidos até 2011 no Poder Judiciário desse Estado pelo:

Projeto de Tratamento das Situações de Superendividamento do consumidor, apurando-se 22,8% de superendividamento causado pelo desemprego; 4,7% por motivo de separação/divórcio ou dissolução da união estável; 19% em razão de doença pessoal ou familiar; 2,5% em razão da morte de alguém que contribuía para o orçamento doméstico e 24,3% por outros motivos relacionados à redução da renda (LIMA, 2014, p. 39).

Isso como resultado da crescente “democratização do crédito” experimentada pelo Brasil e outros países da região, junto com a ausência de regulamentação específica a contemplar medidas de prevenção, atenuação, de temporização e tratamento do superendividamento.

Em palavras de Bertonecello (2015, p. 21) sobre o endividamento dos brasileiros:

No que concerne ao ordenamento jurídico brasileiro, implementação da política de ampliação do microcrédito ocorrida na última década instiga a reflexão sobre as consequências do atual estágio de acesso ao consumo de crédito no Brasil. Se, por um ângulo, o aquecimento do mercado de consumo e o aumento do poder aquisitivo da população brasileira nesse período têm contribuído para a inclusão social de inúmeras famílias, por outro, a ausência de regulamentação sobre a concessão de crédito ao consumo parece permitir que esse suposto aumento do poder de compra seja ilusório e, como tal, fator de majoração dos riscos anunciados nas sociedades de consumo mais evoluídas. Por essa ótica, a análise do impacto da ampliação do consumo não implica destinar unicamente uma proteção ao consumidor individual, mas avaliar e acautelar o futuro da sociedade de risco com extensão coletiva e transnacional.

Uma pesquisa realizada em 2009, pelo IBGE, apresentou que a cada cinco brasileiros, um é analfabeto funcional, ou seja, possui menos de quatro anos de estudos. Assim, unindo a política de ampliação do crédito ao consumo no país dos últimos anos, a vulnerabilidade advinda desse significativo número de analfabetismo funcional (e de conhecimento prévio do Estado) e a falta de instrumentos legais aptos a proteger o consumidor dos riscos do endividamento excessivo podem, equivocadamente, sugerir que a educação financeira seja o caminho eficaz no restabelecimento desse desequilíbrio (BERTONCELLO, 2015, p. 41).

O panorama em outros países, como resultado crise financeira de 2008, é o melhor reflexo dos malefícios coletivos resultantes do endividamento excessivo dos consumidores. Na França os “procedimentos ajuizados para o tratamento do superendividamento passaram de 90.174, em 1990, para 188.485, em 2008, permanecendo o crescimento em torno de 6,5% ao ano; em 2008, a taxa média de endividamento por processo era de 38.500 euros; mais de 200.000 famílias são consideradas superendividadas e outras 700.000 o serão em breve”

(BERTONCELLO, 2015, p. 44). Nos Estados Unidos, no Estado de Ohio, em 1997, o 83% dos devedores que pediram falência tinham algum tipo de cartão de crédito e, na Califórnia, esse percentual aumentou para 95%.

4 O TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO E A RESPONSABILIDADE FRENTE AO CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO

A proteção especial do Estado ao consumidor superendividado gera a dúvida se deve-se estender àquela pessoa que, por causas imprevisíveis ou “acidentes da vida”, contraiu dívidas que comprometeram sua renda ao ponto de não poder cumprir com todas as obrigações, ou/e também àquela pessoa que, deliberadamente por sua própria vontade e por decisões irresponsáveis financeiramente, contraiu obrigações que não conseguia pagar. Os regimes de reabilitação patrimonial comumente auxiliam somente ao devedor de leigo e de boa-fé que por infortúnios da vida se encontra em uma situação de superendividamento.

Primeiro se deve esclarecer que o devedor não é um pecador, que deve ser julgado e punido com toda a força da lei e com a exclusão social. O devedor é uma pessoa que justificada ou injustificadamente assumiu dívidas que não conseguiu pagar, pelas causas descritas no capítulo anterior. Mas sua vulnerabilidade, suas garantias e direitos fundamentais, as influências prejudiciais do entorno, até mesmo as práticas irresponsáveis do fornecedor e a ausência de controle e educação financeira por parte do Estado, justificam completamente seu auxílio.

As crises financeiras globais vêm acompanhadas do fenômeno do superendividamento, por isso a legislação, estrangeira principalmente, e a doutrina fazem esforços e propõem iniciativas para proteger o consumidor, promover a transparência e regulamentar a informação, controlar as práticas abusivas, e implementar mecanismos de indenização e criação de novos organismos de regulação.

4.1 TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO

Existem diferentes modelos de combate e tratamento do superendividamento, por exemplo, mediante processo de insolvência da pessoa física, de repactuação das dívidas, entre outros. Neste capítulo serão abordadas as diferentes alternativas para o combate efetivo do superendividamento, a partir de aportes doutrinários e experiências internacionais.

O processo de falência ou insolvência da pessoa física é definido como “um procedimento coletivo no qual o patrimônio do devedor é utilizado para pagar a todos os credores. O objetivo comum dos sistemas legais de falência é a reabilitação do devedor mediante a solução dos problemas causados pelo superendividamento” (LIMA, 2014, p. 83).

A doutrina traz dois modelos principais de tratamento do superendividamento: o

primeiro, denominado de *fresh start*, próprio dos Estados Unidos, Canadá, Inglaterra e Austrália; e o segundo, adotado pelos países europeus, que se identifica com os planos de pagamento e reeducação do devedor. “Nos modelos baseados na filosofia *fresh start* o superendividamento é encarado como uma falha de mercado e não como uma falha pessoal do devedor” (LIMA, 2014, p. 83), embora a concessão do perdão das dívidas tenha como fim encorajar o consumidor a contrair novos créditos e não algum tipo de educação ou fim social. No segundo modelo o devedor é obrigado a reembolsar as dívidas aos credores mediante planos de pagamento ou liquidação patrimonial.

Nos Estados Unidos, com a edição do *Bankruptcy Act* em 1898 previu-se em todo o território um modelo de insolvência que “abria a possibilidade de determinado titular de patrimônio, seja qual fosse sua atividade, obter a extinção de seus débitos mediante um procedimento judicial” (BUCAR, 2017, p. 128-129). Logo depois de pouco desenvolvimento e aplicação prática do modelo veio, em 1950, o julgamento, pela Suprema Corte, do caso *Local LoanCo. vs. Hunt*, que reconheceu a constitucionalidade da extinção das dívidas e assentou o *fresh start* pessoal como um valor da cultura jurídica norte-americana. (BUCAR, 2017, p. 128-129).

A atual estrutura normativa de insolvência nos Estados Unidos está contida no *Bankruptcy Code* com os ajustes promovidos pelo *Bankruptcy Abuse Prevention and Consumer Protection Act* (BAPCPA) de 2005. O capítulo 7 trata sobre liquidação patrimonial do devedor, sucedida por uma rápida extinção das dívidas não pagas. Para se submeter ao procedimento e obter a *fresh start*, o devedor deve demonstrar seu estado crítico de endividamento e comprovar a boa-fé na impossibilidade de pagamento. Caso não sejam acreditadas essas condições haverá presunção de abuso e, poderá de toda forma, adequar sua recuperação patrimonial ao plano de pagamentos (BUCAR, 2017, p. 133-134).

O devedor deve ser pessoa física, não ocultar bens e não negligenciar informações sobre seu patrimônio, quer dizer, não realizar ações para prejudicar aos seus credores, “não pode ter postulado a extinção de seus débitos (...), nos oito anos anteriores ao requerimento e tampouco ter se submetido ao plano de pagamento (...) nos últimos quatro anos” (BUCAR, 2017, p. 134). Outro aporte trazido pelo BAPCPA é a obrigação do indivíduo de antes de se submeter ao procedimento de insolvência, de assistir a um curso em agência de aconselhamento de crédito, com o fim de obter auxílio educacional para administrar suas finanças (BUCAR, 2017, p. 134-135).

O modelo norte-americano caracteriza-se pela salvaguarda do patrimônio mínimo do devedor, aquele chamado de dignidade, determinando sua impenhorabilidade; pela extinção da

obrigação ou perdão da dívida, seja após do procedimento de liquidação patrimonial ou plano de recuperação; e pela limitação à autonomia negocial do devedor. Os procedimentos e objetivos perseguidos por este modelo se ajustam totalmente ao sistema de mercado norte-americano, a uma sociedade que constantemente estimula e privilegia o consumo, que enxerga o superendividamento como um problema que afeta a economia e desencoraja o devedor a participar dela. Por essa razão o *fresh start* é uma simples correção a uma falha econômica, que permite ao devedor não ser excluído, principalmente, do mercado de consumo. É claro que há interesse na reabilitação do superendividado, na sua educação financeira, no alívio psicológico e social do cidadão, na inclusão social, porém aqueles não fazem parte da filosofia principal do modelo.

O Comitê Econômico e Social da União Europeia em 2002 fez um estudo sobre a situação de superendividamento nos países membros, pelo qual recomendou e reconheceu que era importante e indispensável para a realização efetiva do mercado interior prever um enfoque comunitário dos aspectos essencialmente jurídicos do superendividamento dos lares de maneira harmonizada, embora exista o princípio de subsidiariedade. Nesse momento se fundamentou essa observação nas seguintes razões (UNIÓN EUROPEA, 2002):

- a) na equalização das condições de concorrência entre aqueles que concedem empréstimos a particulares, sejam eles instituições de crédito, outros operadores financeiros, os próprios comerciantes ou os fornecedores de serviços de vendas e crédito.
- b) o funcionamento do mercado interno que, mais uma vez, se é “único” no que se refere às possibilidades de realização de transações transfronteiriças, é dividido em vários sistemas jurídicos nacionais quando se trata de resolver problemas que são derivados desse mesmo mercado. Em particular, tendo em conta as orientações recentes sobre comércio eletrônico e venda à distância de bens e serviços financeiros seriam plenamente justificados harmonizar o regime de tratamento do superendividamento das famílias, como já foi feito para falências comerciais, já que, caso contrário, apareceriam novas barreiras à concorrência e novas distorções na competitividade das empresas.
- c) a proteção dos consumidores. No momento, está expressamente estipulado no inciso b) da seção 3 do artigo 153 do Tratado de Roma que a Comunidade contribuirá, para fins de alcançar os objetivos referidos na seção 1 desse mesmo artigo, e que, sem dúvida, abrange o tratamento de situações de superendividamento, com “medidas que apoiem, complementam e supervisam a política realizada pelos Estados membros”.

Por conseguinte, não são legítimas as dúvidas sobre a necessidade de enquadrar a questão do superendividamento em uma política comunitária que garanta a harmonização das iniciativas nacionais sobre este assunto, se não quisermos correr o risco de criar situações de discriminação repreensíveis, seja em relação aos profissionais, seja em relação aos consumidores.

O Comitê concluiu que o fenômeno do superendividamento se generalizou nos países membros da União Europeia e nos países em via de adesão, tendendo a se agravar com o comércio transfronteiriço. Ainda, como a maioria dos países desenvolveu sistemas de prevenção e tratamento que são divergentes e as vezes contraditórias, o superendividamento constitui barreira de desenvolvimento do crédito além das fronteiras nacionais e a realização do mercado único. Por isso é desejável realizar um esforço para a harmonização dos aspectos jurídicos ligados ao superendividamento (UNIÓN EUROPEA, 2002).

Já no ano 2014, a questão foi retomada pelo Comitê Econômico e Social em um documento sobre a “Proteção dos Consumidores e o tratamento adequado do superendividamento para evitar a exclusão social” (UNIÓN EUROPEA, 2014). Adiciona que o superendividamento se agravou como consequência da crise financeira, o aumento no custo de vida e do recurso a créditos em dinheiro; recomendou uma definição comum contendo os seguintes elementos: a) o lar como unidade de medida adequada para quantificar o superendividamento; b) os compromissos financeiros adquiridos; c) os compromissos informais adotados pela família e a comunidade; d) a incapacidade de pagamento; e) o superendividamento estrutural; f) o nível de vida digna; e g) a insolvência. Além disso, resgata a importância da prevenção, da educação financeira e dos procedimentos adaptados para reintegrar a pessoa superendividada na vida econômica normal. As recomendações se encaminham à prevenção do superendividamento promovendo a educação financeira e o consumo responsável; regulamentando o crédito e o setor profissional do crédito aos particulares e lutando contra a usura. Ressalta que no gerenciamento do superendividamento e, particularmente, na liquidação patrimonial deve-se estabelecer alguma escala de bens que são vitais e não podem ser penhoráveis, nem vendidos a preços muito baixos, amparando assim o mínimo vital (UNIÓN EUROPEA, 2014).

Por fim, o Comitê conclui que a luta contra o superendividamento dos consumidores e a prevenção da exclusão social são um enfoque holístico, pois este fenômeno não pode se combater eficazmente com medidas isoladas e não coordenadas para escala europeia. É indispensável que os consumidores, as administrações públicas e as empresas cooperem em maior grau, a fim de utilizar métodos mais criativos e eficazes (UNIÓN EUROPEA, 2014).

Infelizmente, apesar das preocupações e recomendações expressadas pelo Comitê Econômico e Social da União Europeia, ainda não se encontrou uma definição comum do superendividamento, nem o estudo dos marcos jurídicos, das medidas de sensibilização e educação sobre o tema nos países membros (UNIÓN EUROPEA, 2014).

É possível distinguir dentre os modelos europeus três grupos de legislações (BUCAR, 2017, p. 155-156):

- a) o grupo nórdico (Escandinávia e Finlândia) com prevalência da boa-fé do devedor, notadamente quanto a uma razoável cognição em relação à possibilidade de pagamento das obrigações assumidas, que incentiva a saída negociada e posterior intervenção e imposição judicial, em caso de fracasso;
- b) o segundo é o grupo germânico (Alemanha e Áustria), focado ao plano e seu pagamento, a avaliação da conduta moral do devedor é mais amena, e a extinção da obrigação só acontece com o adimplemento integral do projeto de recuperação ou, depois de alguns anos, com a demonstração da impossibilidade de cumpri-lo após, pelo menos de pagamento parcial;
- c) o terceiro é o grupo romano (França, Bélgica, Luxemburgo, Itália, Portugal e Espanha), que também incentiva fortemente a negociação para a formação do plano, com intervenção administrativa e judicial, com possibilidade de extinção da dívida discricional e programas de pagamento longos.

Nos modelos mencionados é comum existir três alternativas: reorganização do endividamento, extinção parcial de obrigações e/ou liquidação do acervo responsável. A reorganização do endividamento se limita a um conjunto de novação das obrigações mediante contratos e a uma redução da exposição a garantias pessoais e reais, sem redução do valor da dívida. A extinção parcial de débitos “é aplicada nos planos em que os credores devem reacomodar seus créditos nas forças de pagamento do devedor, com a redução dos valores devidos (...) sem o recebimento de tais créditos” (BUCAR, 2017, p. 156-157). Finalmente, está a inclusão da liquidação do acervo responsável, onde o devedor entrega ao juiz ou a um administrador os bens penhoráveis, os quais, depois terão seu produto convertido em pagamento aos credores, o saldo, se houver, será pago com a renda do devedor (BUCAR, 2017, p. 156-157).

Particularmente, o modelo francês de insolvência da pessoa física superendividada se encontra integrado ao *Code de La Consommation* e é referência para outras legislações, onde se estabelecem mecanismos que procuram soluções acordadas e não judiciais com liberação mais ou menos automática do devedor. Levando em conta um aspecto subjetivo, se o devedor

é ou não de boa-fé e encontra-se em uma situação de irremediável de superendividamento, superado o primeiro requisito, poderá se beneficiar de:

(...) um adiamento ou o «reescalonamento» de suas dívidas por meio de um convenio ou acordo negociado com seus credores (*Plan conventionnel de redressement*). Além disso, se a situação do devedor é tão grave que não é possível estabelecer um plano de pagamento ou, uma vez acordado, a situação se torna impossível, o procedimento de superendividamento pode ser orientado para um procedimento de «recuperação pessoal» (*rétablissement personnel*), com ou sem liquidação judicial, dependendo se o devedor possui outros ativos diferentes do que os necessários para sua vida corrente ou para o exercício de sua atividade profissional, sendo exonerado de suas dívidas não profissionais após da liquidação do seu patrimônio¹³(LÓPEZ SAN LUIS, 2015, p. 2017-228, tradução nossa).

O procedimento só é aplicável às dívidas não profissionais, excluídas as pessoas que atuem de má-fé e que contam com procedimento de insolvência especiais, tais como as pessoas jurídicas, os comerciantes, artistas, agricultores e profissionais liberais. Agir com má-fé é compreendido como a atuação da pessoa que, no momento de aceitar o crédito, sabiam ou deveriam saber que estavam assumindo dívidas que não poderiam pagar. A diferença do modelo francês e do modelo alemão é mais flexível. Somente se requer a constatação de que existe uma incapacidade de pagamento para a liberação do excedente da dívida ou da abertura do procedimento de insolvência do consumidor, assim:

(...) permite a libertação do restante da dívida (*Restschuldbefreiung*) a qualquer pessoa física ou jurídica (...) está sujeita ao procedimento comum de insolvência ou ao abreviado dos consumidores, excluindo apenas as pessoas jurídicas (*Insolvenzordnung*). Através desta instituição permite-se que, uma vez concluído o processo de insolvência sem a plena satisfação dos credores, o devedor cede a parte penhorável da sua renda a um fiduciário (*Treuhänder*) para que ele possa pagar os credores. Se, após sete anos, o devedor tenha observado boa conduta nos termos previstos na Lei, o Tribunal de Insolvência emitirá um mandato de liberação da dívida remanescente, o que significa o <<perdão>> dos créditos que ainda possuem permaneceu não remunerados naquele momento¹⁴ (TRUJILLO DIEZ, 2016, p.8, tradução nossa).

¹³ Texto original: “(...) un aplazamiento o de la «reprogramación» de sus deudas mediante un convenio o acuerdo negociado con sus acreedores (*Plan conventionnel de redressement*). Asimismo, si la situación del deudor es de tal gravedad que no resulta posible establecer un plan de pagos o, una vez acordado, la situación deviene imposible, se podrá orientar el procedimiento de sobreendeudamiento hacia un procedimiento de «recuperación personal» (*rétablissement personnel*), con o sin liquidación judicial, dependiendo de si el deudor cuenta con otros bienes distintos a los necesarios para su vida corriente o para el ejercicio de su actividad profesional, quedando exonerado de sus deudas no profesionales una vez que se haya procedido a la liquidación de su patrimonio”.

¹⁴ Texto original: “(...) permite solicitar la liberación del resto de la deuda (*Restschuldbefreiung*) a cualquier persona física o natural (...) ya esté sujeta al procedimiento común de insolvencia o al abreviado de los consumidores, con exclusión sólo de las personas jurídicas (*Insolvenzordnung*). Mediante esta institución se permite que, una vez concluido el procedimiento de insolvencia sin la satisfacción completa de los acreedores, ceda el deudor la parte embargable de sus ingresos a un fiduciario (*Treuhänder*) para que éste vaya pagando a los acreedores. Si, pasados siete años, el deudor ha observado una buena conducta en los términos previstos en la Ley, el Tribunal de la insolvencia dictará un auto de liberación de la deuda restante, que supone la <<condonación>> de los créditos que aún hayan quedado sin pagar en ese momento”.

Sem prejuízo do disposto nas normas sobre o risco do crédito relativo ao acesso à atividade das entidades financeiras e seu exercício, os fornecedores devem se responsabilizar a controlar individualmente a solvência do consumidor. Deverá consultar a informação comercial disponível e a coletada na relação contratual. Por sua parte os consumidores devem atuar com prudência e cumprir suas obrigações.

O Banco Mundial elaborou um relatório que estudou os sistemas de insolvência ou falência de pessoas físicas existentes no mundo. O grupo de trabalho (*Working Group for the Treatment of the Insolvency of Natural Persons*) iniciou em 2011 e afirmou como um dos objetivos principais do relatório “elevar a consciência sobre a importância do desenvolvimento de um regime para o tratamento da insolvência de pessoas física, que é esperado para atender uma ampla gama de objetivos nas sociedades contemporâneas”. Nesse sentido, aponta que a expansão do acesso a financiamento para segmentos mais amplos da sociedade provocou o aumento de processos de insolvência de pessoa física em países desenvolvidos e em desenvolvimento (OLIVEIRA, 2014, p. 109-110). Concorda o estudo com a tese de que o regime de insolvência deve prover auxílio só aos devedores de boa-fé, buscando um equilíbrio entre os interesses dos credores e devedores. “O regime de insolvência pode amenizar os efeitos negativos sistêmicos da dívida inadimplente, contribuindo para uma economia interna mais saudável e para o aumento da competitividade internacional, em um mercado cada vez mais global”. Incluindo medidas para reduzir o estigma social negativo associado à insolvência e soluções amigáveis entre devedores e credores (OLIVEIRA, 2014, p. 110).

Mesmo assim, os regimes de insolvência procuram maximizar o reembolso dos credores:

Mas o foco dos ativos a serem liquidados deve levar em consideração a preservação de uma base suficiente, para que o devedor possa retomar sua vida produtiva. A maioria dos sistemas vigentes adotam a nomeação de administradores, para coletar e vender os bens do devedor e liquidar o passivo, sendo que alguns bens do devedor podem ser preservados, para aliviar a condição do insolvente e permitir-lhe um novo começo (*fresh start*) (OLIVEIRA, 2014, p. 110).

Geralmente os regimes de insolvência exigem a formulação de algum plano de pagamento, que assegure ao devedor manter livres os recursos para atender as necessidades básicas próprias e da sua família. Os prazos mais longos desencorajam os reembolsos e reduzem a atratividade da insolvência, prazos mais curtos podem atender melhor o objetivo educacional do sistema. Também as maiorias dos sistemas rejeitam o perdão imediato da dívida sem um

plano prévio de pagamento. Alguns regimes exigem a liquidação dos bens não isentos que integram o patrimônio do devedor ao começo do processo mais um plano de pagamento (OLIVEIRA, 2014, p. 111). Quanto à prevenção do superendividamento, muitos sistemas estimulam o uso saudável e responsável do crédito, “alguns proíbem que se utilize o sistema mais de uma vez, outros estipulam prazos mínimos de carência para adentrar novo procedimento”, a fraude é punida em todos os regimes de insolvência revisados (OLIVEIRA, 2014, p. 111).

Os aspectos comuns que se observam nos regimes de insolvência e que ressaltam o estudo do Banco Mundial são a proteção da dignidade e a mínima existência do devedor, do seu patrimônio necessário para atender necessidades básicas próprias e da sua família; a proteção única e exclusiva ao devedor de boa-fé “desafortunado”, punindo por qualquer tentativa de fraude; e a disposição de alternativas amigáveis de solução do conflito, às vezes seguido de procedimentos administrativos ou judiciais. No caso colombiano, o Código Geral do Processo (Lei 1564 de 2012) no seu Título IV estabeleceu um procedimento que permite ao cidadão “ter acesso a um mecanismo semelhante ao que permite que os comerciantes negociem com seus credores uma reestruturação de suas dívidas e somente no caso extremo e na sede jurisdicional ser submetido a um processo de liquidação patrimonial”¹⁵ (COLÔMBIA, 2016, tradução nossa). Isso beneficia apenas os devedores que não realizam uma atividade comercial e que estão em inadimplência, ou seja, não cumprem duas ou mais obrigações em favor de dois ou mais credores por mais de noventa dias, ou a quem seja processado executivamente duas ou mais vezes na jurisdição coercitiva. Em todo caso, o valor percentual das obrigações deverá representar não menos do 50% do passivo total da sua responsabilidade ao seu cargo, será suficiente a declaração do devedor mediante juramento (COLÔMBIA, 2012).

A lei dispõe da gratuidade do processo de insolvência ante Centros de Conciliação adstritos a Consultórios Jurídicos de Faculdades de Direito ou entidades públicas, embora os cartórios e Centros de Conciliação privados possam cobrar uma taxa por seus serviços, e em todo caso as despesas que oriundas do procedimento deverão ser assumidas pela parte solicitante (artigo 535). O devedor tem a faculdade para apresentar diretamente, ou por meio de advogado, o requerimento de abertura do processo. Na solicitação, o devedor deve incluir um informe que explique: a) as causas precisas que o levaram à situação de cessação de pagamento; b) uma proposta de negociação de dívidas; c) uma relação completa e atualizada dos credores,

¹⁵ Texto original: “acceder a un mecanismo similar a aquél que permite a los comerciantes pactar con sus acreedores una reestructuración de sus acreencias y sólo en caso extremo y en sede jurisdiccional ser sometidos a un proceso de liquidación patrimonial”.

na ordem de prioridade dos créditos, disposta pela Lei Civil, indicando valor, natureza, em geral, todos os detalhes da obrigação; d) uma relação completa e detalhada dos seus bens; e) uma relação dos processos judiciais ou atuação administrativa de caráter patrimonial iniciado contra ele; f) certificação dos ingressos; g) montante dos recursos disponíveis para o pagamento, descontadas as despesas necessárias para sua subsistência e da sua família; h) informação relativa a sociedade conjugal ou patrimonial vigente; e j) sobre as obrigações alimentares ao seu cargo (artigo 539). No total, o procedimento deve durar máximo 60 dias prorrogáveis por outros 30 dias.

O acordo deve conter o prazo determinado do pagamento, a forma em que serão atendidas as obrigações e a prelação de créditos; o regime de juros; e o prazo máximo de cumprimento, entre outros (artigo 554). Cumprido o acordo, o conciliador expedirá uma certificação declarando esse fato. O devedor somente poderá solicitar novamente o início do processo de insolvência apenas 5 anos depois da data de cumprimento do acordo anterior (artigo 558). Caso não se consiga um acordo ou este seja descumprido, se prosseguir a liquidação patrimonial pelo juiz civil.

É um modelo principalmente conciliatório, onde os devedores têm três alternativas: a) a negociação de um acordo; b) a validação de um acordo privado e c) a liquidação patrimonial, perante Centros de Conciliação expressamente autorizados pelo Ministério da Justiça e do Direito ou ante Cartórios. Novamente, o consumidor fica à mercê da vontade conciliatória do credor e o Estado, representado no juiz ordinário civil, limita-se a aprovar o acordo, a liquidar o patrimônio do devedor ou a solucionar as controvérsias entre eles.

4.1.1 Caso brasileiro: Projeto de Lei 3515/2015

A necessidade de uma regulamentação adequada e o contexto atual brasileiro impulsionaram a criação de um projeto de lei que estabelece um modelo de tratamento e enfrentamento do superendividamento da pessoa física, que preservará sua dignidade e respeitará seus direitos e garantias fundamentais que possui na sua qualidade de consumidor. Atendendo ao regime de insolvência empresarial, muito mais antigo, não é aplicável a situação de falência do indivíduo, razão pela qual está mais que justificada a pertinência desta iniciativa legislativa.

Como aprimoramento e atualização do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, destaca-se o Projeto de Lei 3515/2015 (que altera a Lei 8.078/1990) que se encontra em análise e próximo à votação na Câmara dos Deputados (aprovado pelo Senado Federal com o número

283/2012), que pretende “aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção do superendividamento”. Esse Projeto de Lei foi elaborado por uma comissão de juristas instituída pela Presidência do Senado Federal, em 2011, “que busca prevenir o superendividamento da pessoa física, promover o acesso ao crédito responsável e à educação financeira do consumidor, de forma que evite sua exclusão social e o compromisso do seu mínimo existencial, ou seja, manter condições mínimas incluso financeiras [...]” (EFING In. WOOLCOTT, 2017, p. 180).

O Projeto de Lei 3515/2015 traz uma definição concreta e simples de superendividamento: “entende-se por superendividamento a impossibilidade manifesta de o consumidor, pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação” (artigo 54A, § 1º). O conceito dívidas engloba quaisquer compromissos financeiros assumidos, inclusive operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada (§ 2º). Não se aplica ao consumidor “cujas dívidas tenham sido contraídas mediante fraude ou má-fé ou sejam oriundas de contratos celebrados dolosamente com o propósito de não realizar o pagamento” (§ 3º).

O Projeto de Lei, ainda, regulamenta três grandes temas: a prevenção, o tratamento do superendividamento e a conciliação. Prevê também medidas judiciais e extrajudiciais para a prevenção e tratamento do superendividamento, que definitivamente são reflexo das inquietudes e preocupações que motivaram e se apresentam neste estudo e em muitos dos escritos nos quais se fundamenta. A ementa do projeto detalha seu alcance e suas pretensões, visando garantir o mínimo existencial e a dignidade humana, ajustando-se perfeitamente aos parâmetros constitucionais. Também estabelece como direito básico do consumidor a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira, de prevenção e tratamento das situações de superendividamento, preservando o mínimo existencial (incisos XI e XII do artigo 6º). Os mecanismos propostos são a revisão e repactuação da dívida, entre outras medidas.

Quanto à prevenção do superendividamento, estabelece algumas regras, e:

descreve condutas que são vedadas ao fornecedor de produtos e serviços que envolvem crédito, tais como: realizar ou proceder à cobrança ou ao débito em conta de qualquer quantia que houver sido contestada pelo consumidor em compras realizadas com cartão de crédito ou meio similar, enquanto não for adequadamente solucionada a controvérsia, impedir ou dificultar, em caso de utilização fraudulenta do cartão de crédito ou meio similar, que o consumidor peça e obtenha a anulação ou o imediato bloqueio do pagamento ou ainda a restituição dos valores indevidamente recebidos, condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência relativas a demandas judiciais (BRASIL, 2012).

A educação faz parte dessas medidas de prevenção do superendividamento, que abrange a educação financeira e ambiental dos consumidores, uma ampliação nova, que colhe as preocupações nacionais e internacionais sobre os riscos ambientais produto do consumo excessivo e sobre a alarmante situação ambiental mundial (inciso IX do artigo 4º).

O Projeto de Lei 3515/2015 estabelece que são nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

XVII - condicionem ou limitem de qualquer forma o acesso aos órgãos do Poder Judiciário; XVIII - imponham ou tenham como efeito a renúncia à impenhorabilidade de bem de família do consumidor ou do fiador; XIX - estabeleçam prazos de carência em caso de impontualidade das prestações mensais ou impeçam o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e de seus meios de pagamento a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores; XX - considerem o simples silêncio do consumidor como aceitação de valores cobrados, em especial em contratos bancários, financeiros, securitários, de cartão de crédito ou de crédito em geral, ou como aceitação de informações prestadas em extratos, de modificação de índice ou de alteração contratual; XXI - prevejam a aplicação de lei estrangeira que limite, total ou parcialmente, a proteção assegurada por este Código ao consumidor domiciliado no Brasil (artigo 51) (SENADO FEDERAL, 2012).

O Projeto também veda o uso na publicidade do crédito de expressões como “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, com “taxa zero” ou expressão de sentido ou entendimento semelhante; e indicar que a operação será concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito ou sem avaliação da situação financeira do consumidor. Além da ocultação da informação sobre riscos e ônus da contratação, veda o assédio ou pressão ao cliente (artigo 54C). Em geral, o consumidor deve conhecer e compreender, com detalhes, os efeitos e ônus da relação contratual, da sua inadimplência, e deve estar na capacidade de avaliar sua própria situação financeira antes de contrair obrigações, tudo isso com auxílio do fornecedor. Os descumprimentos das obrigações do fornecedor podem ter como consequência a redução dos juros, dos encargos ou de qualquer acréscimo ao principal e “a dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original, conforme a gravidade da conduta do fornecedor e as possibilidades financeiras do consumidor, sem prejuízo de outras sanções e de indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ao consumidor” (Parágrafo único – artigo 54D).

Com a medida da negociação e repactuação das dívidas, se disponibiliza a conciliação entre devedores e credores, por meio da instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos do superendividamento (inciso VII artigo 5º). Segundo o artigo 104 A, o consumidor endividado, pessoa física, poderá pedir ao juiz para instaurar processo de repactuação de dívidas:

Visando à realização de audiência conciliatória, presidida por ele ou por conciliador credenciado no juízo, com a presença de todos os credores, em que o consumidor apresentará proposta de plano de pagamento com prazo máximo de 5 (cinco) anos, preservados o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, e as garantias e as formas de pagamento originalmente pactuadas (BRASIL, 2015).

Excluem-se desse processo: a pessoa que dolosamente sem o propósito de realizar o pagamento contraiu a dívida, também as obrigações de caráter alimentar, fiscal e parafiscal, bem como as dívidas oriundas dos contratos de crédito com garantia real, dos financiamentos imobiliários e dos contratos de crédito rural (artigo 104 A, § 1º). Como resultado da conciliação, o plano de pagamento da dívida ficará contido na sentença judicial, tendo eficácia de título executivo e força de coisa julgada (artigo 104 A, § 3º). Caso não exista acordo entre as partes, o juiz “a pedido do consumidor, instaurará processo por superendividamento para revisão e integração dos contratos e repactuação das dívidas remanescentes mediante plano judicial compulsório, procedendo à citação de todos os credores cujos créditos não tenham integrado o acordo porventura celebrado” (artigo 104 B), sempre preservando a dignidade e mínimo existencial do devedor e sua família.

O Projeto de Lei também acrescenta o § 3º ao artigo 96 da Lei nº 10.741/2003 (Estatuto do Idoso) para estabelecer que não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso. Ainda dispõe que a validade dos negócios e demais atos jurídicos de crédito em curso, constituídos antes da entrada em vigor da lei, obedece ao disposto no regime anterior, mas os seus efeitos produzidos após a sua vigência aos preceitos dela se subordinam”. Observa-se que essas alterações constituem uma tentativa mais intervencionista, que dá especial importância à prevenção, por meio da educação financeira, e que também prevê medidas de tratamento do superendividamento, por meio de negociações entre devedores e credores. Contudo, sempre atendo ao limite constitucional do mínimo existencial, que não permite que o devedor e sua família em caso nenhum fiquem em uma situação absoluta de desamparo.

4.2 A RESPONSABILIDADE DO ESTADO FRENTE AOS CONSUMIDORES NA PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO

Vistas as causas e consequências do superendividamento dos consumidores, que atingem diretamente o indivíduo que deve ser sujeito de proteção do Estado, e para a ordem

econômica e social que também merece atenção, encontra-se mais que justificada a intervenção estatal no seu combate, na reabilitação patrimonial do devedor, na inclusão social, no controle e vigilância e, principalmente, na oportuna e adequada educação financeira para o consumo do cidadão.

No contexto da sociedade de consumo, não pode ser aceito que a obrigação de educar e de informar seja exclusivamente do fornecedor, não só pela evidente ausência de objetividade, senão porque corresponde ao Estado dirigir, planejar e expedir uma Política Pública de prevenção. Essa Política pode ser implementada mediante a educação, tratamento e estratégias futuras de combate ao superendividamento dos consumidores baseadas na realidade social, econômica e cultural do país e não em um vago reconhecimento de direitos do consumidor e em uma pobre e fraca vigilância, que somente tanta colocar pequenos curativos em um problema social que afeta a todos os cidadãos, acabam por carregar ônus, às vezes, insuportáveis.

Se for verdadeiro que os efeitos da tragédia financeira e social que gera o superendividamento devem de alguma forma ser partilhados “solidariamente” entre credores e devedores, considerando que há algum tipo de responsabilidade do fornecedor pelas repercussões que sua atividade causa no mercado e na sociedade ou pela intenção ou dolo de enganar ou desinformar ao consumidor, se sugere que o Estado não pode ser alheio, nem onerar o indivíduo com a pesada carga de se defender dos ataques do setor financeiro, não pelo menos em um ordenamento social, democrático e de Direito.

4.2.1. Deveres do Estado frente ao consumidor superendividado

As imposições constitucionais de proteção aos cidadãos devem ser compreendidas em um horizonte de progressividade, por ser de sua essência e destinados a aquilo, o Estado Brasileiro está obrigado a assegurar

o efetivo exercício dos direitos sociais e individuais a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias (BRASIL, 1988).

Por sua parte, o Estado Colombiano deve assegurar a vida, a convivência, o trabalho, a justiça, a igualdade, o conhecimento, a liberdade e a paz, dentro de um marco jurídico,

democrático e participativo que garanta uma ordem política, econômica e social justa (COLOMBIA, 1991).

As duas cartas políticas têm como fundamento e princípio comum a dignidade humana, que tem uma íntima relação com os demais valores, direitos e princípios constitucionais, pois encerra a realização de uma fração de cada um deles, por exemplo, a justiça social, a equidade, a erradicação da pobreza, o desenvolvimento sustentável, o progresso social e o crescimento econômico, a liberdade, a igualdade, entre outros. Esses constituem pressupostos mínimos da existência individual, promovidos pela sociedade e pelo Estado. Naturalmente os direitos fundamentais têm duas notas características: a) a aplicabilidade imediata e b) a possibilidade de ser demandado seu cumprimento em juízo diretamente. Os direitos do consumidor, enquanto fundamentais, impõem às autoridades públicas uma atuação eficaz e sem dilações e barreiras injustificadas. A universalidade dos direitos fundamentais constitui uma pretensão legítima da sociedade “de modo que seu atendimento seja estendido a todos os cidadãos que dele precisarem” particularmente os direitos do consumidor “são [...] de satisfação progressiva [...] que integram um projeto de realização gradativa no tempo” (PEREIRA, 2009, p. 89).

A principal função imputada ao Estado é a realização efetiva dos direitos de cada um dos cidadãos, esse é o fundamento do mandado do povo. A proteção dessas garantias vai encerrar e nortear toda atividade do Estado, nas dimensões de defesa, proteção e promoção ou prestação, que delimitam seu campo da ação. Por isso, o consumidor de serviços financeiros pode em qualquer momento exigir a ação positiva do Estado, seja para a prestação, promoção ou defesa contra atuações de terceiros dos direitos que lhe são conferidos pela ordem constitucional, pelas normas específicas para sua proteção e as demais que sejam conexas e complementares, utilizando os procedimentos administrativos e judiciais previstas para tanto¹⁶.

As autoridades judiciais e administrativas com funções jurisdicionais, em seu âmbito de competência de vigilância e controle, frente ao consumidor financeiro têm a obrigação de atender as petições, receber as reclamações por abusos ou irregularidades cometidas pelas entidades do setor financeiro vigiadas e tramitar as demandas formuladas pelo consumidor que se sente afetado em seus direitos e garantias legais (COLÔMBIA, 2017^a,). No caso colombiano, a legislação de proteção do consumidor estabeleceu que sejam procedentes em defesa dos seus direitos: a) as pretensões populares que protegem interesses coletivos dos cidadãos; b) pretensões de grupo, que protegem direitos coletivos e individuais de um número plural de cidadãos, que sofrem juntos o prejuízo; e c) a pretensão de proteção ao consumidor financeiro

¹⁶ Essa é a interpretação ampla dada pela autora ao Sistema de Proteção dos Direitos dos Consumidores, especialmente dos Consumidores Financeiros.

(COLÔMBIA, 2017^a). Enquanto as duas primeiras são amparos constitucionais que devem ser conhecidas, por competência, por uma autoridade judicial, a ação do consumidor financeiro é uma proteção legal, trazida pelo Estatuto do Consumidor, que se submete à autoridade administrativa da Superintendência Financeira (COLÔMBIA, 2017^a).

A Superintendência Financeira, dentre suas funções, tem que proteger pela solvência, disciplina e supervisão do Sistema Financeiro, pelo respeito ao consumidor e se dedicar ao “exercício das faculdades de supervisão [...] mediante políticas e ações encaminhadas a proporcionar aos consumidores financeiros informação ampla e suficiente sobre seus direitos e deveres e sobre os produtos ou serviços que lhes correspondem”¹⁷ (COLÔMBIA, 2017^e). Na prática, esta instituição faz um trabalho corretivo e não preventivo. Somente quando se evidenciam irregularidades que justificam a proteção do patrimônio e negócios da entidade do setor financeiro envolvida, começa-se a movimentar a SFC. Um eficiente trabalho de vigilância e controle do setor financeiro, das práticas de concessão de créditos, de gerenciamento dos mesmos, dos juros e cobranças adicionais, e de assunção responsável do risco constitui uma efetiva proteção ao cidadão e à salvaguarda da ordem econômica.

Com o intuito de proteger o consumidor financeiro, se propõem enfoques, que devem ser apoiados e promovidos pelo Estado, como o seguinte:

1. Avaliação institucional do nível de risco: mensuração específica da carteira de crédito de consumo na revisão dos estados financeiros, o risco e os requisitos de acessibilidade para a avaliação das operações de crédito e a consideração de estruturas de incentivo para o pessoal que promove os empréstimos prudentes.
2. Inquéritos à dívida familiar. Os dados da demanda podem ajudar aos provedores e aos formuladores de políticas a entender as lacunas no conhecimento do crédito de consumo e dos níveis da dívida através dos mercados.
3. Sistemas de informação de crédito. Na última década, a cobertura das agências de crédito expandiu-se consideravelmente na América Latina e já existem vários novos projetos-piloto na região que tentam aproveitar esses avanços nas informações de crédito com foco em questões de crédito de consumo e superendividamento”¹⁸ (NAVAJAS, 2016, tradução nossa).

¹⁷ Texto original: “(...) al ejercicio de las facultades de supervisión... mediante políticas y acciones encaminadas a proporcionar a los consumidores financieros información amplia y suficiente acerca de sus derechos y deberes y sobre los productos o servicios que adquieren, para que cuenten con elementos de juicio suficientes para tomar las decisiones que les corresponden”.

¹⁸ Texto original: “1. Evaluación institucional del nivel de riesgo: medición específica de cartera de crédito de consumo en la revisión de los estados financieros, el riesgo y los requisitos de accesibilidad de evaluación de operaciones de crédito y la consideración de estructuras de incentivos para el personal que fomenta los préstamos prudentes.

2. Encuestas de deuda en los hogares. Datos de demanda pueden ayudar a los proveedores y los formuladores de políticas a comprender los vacíos en el conocimiento de los créditos de consumo y los niveles de deuda a través de los mercados:

“3. Sistemas de información crediticia. En la última década, la cobertura de los burós de crédito se ha ampliado considerablemente en América Latina y ya existen varios proyectos pilotos nuevos en la región que tratan de aprovechar estos avances en información crediticia enfocándose en los temas de créditos de consumo y el sobreendeudamiento”.

4.2.1. A responsabilidade social empresarial na Colômbia

A responsabilidade social empresarial pode se identificar com um objetivo principalmente missionário, como prestar ajuda à comunidade em geral. Outros consideram que tem a ver com as partes interessadas na atividade empresarial específica, por exemplo, os consumidores, devendo se levar em conta suas expectativas e direitos frente à empresa. Porém, é definitivamente um conceito ético, que busca comportamentos responsáveis frente às outras pessoas e grupos que interagem com a empresa, com o fim de alcançar uma confiança entre eles, e uma reputação necessária para legitimar a atividade empresarial particular de cara à sociedade (COLÔMBIA, 2010).

O Livro Verde da União Europeia define a Responsabilidade Social da Empresa como:

O conceito pelo qual as empresas decidem contribuir voluntariamente a aprimorar a sociedade e a preservar o meio ambiente. A través dela, as empresas tomam consciência do impacto de suas ações sobre todas as partes interessadas e expressam seu compromisso de contribuir para o desenvolvimento econômico, ao mesmo tempo em que melhoram a qualidade de vida dos trabalhadores e suas famílias, da comunidade local onde eles atuam e a sociedade como um todo¹⁹ (COLÔMBIA, 2010, tradução nossa).

A RSE é entendida como a ação conjunta da empresa do rol que tem como unidade de negócio que cria valor e que convive em um espaço que obtém ganhos, como consciência no âmbito social (de ajuda ao vulneráveis e respeito aos consumidores), ambiental (sustentabilidade e responsabilidade com o ambiente) e econômico (de práticas transparentes no gerenciamento das suas finanças e inversões socialmente responsáveis).

Na Colômbia tramitou o Projeto de Lei 70 de 2010, no qual se estabeleceram as regras e normas sobre a responsabilidade social empresarial e se ditaram outras disposições sobre proteção das crianças. O objeto da Lei foi definido assim:

promoção dos comportamentos voluntário, socialmente responsável, pelas organizações aqui incluídas, desde o projeto, desenvolvimento e comissionamento de políticas, planos, programas, projetos e operações, de maneira que eles visam atingir os objetivos sociais, com foco em aspectos como a proteção das crianças, a erradicação do trabalho infantil, a erradicação da pobreza, o respeito pelos direitos

¹⁹ Motivação do Projeto de Lei 70 de 2010. Texto original: “*concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medio ambiente. A través suyo, las empresas se conciencian del impacto de su acción sobre todos los stakeholders y expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico, a la vez que a la mejora de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local donde actúan y de la sociedad en su conjunto*”.

humanos e o comportamento ambiental responsável, com base na prevenção e reparação de danos ambientais²⁰ (COLÔMBIA, 2010, tradução nossa).

Essa lei deve ser aplicada todos os empreendimentos, medianos e grandes, mesmo assim as empresas com capital estrangeiro, as sociedades mistas, as empresas industriais e comerciais do Estado. Os pequenos empreendimentos que adotem o disposto pela lei terão incentivos, tais como: vantagens na contratação pública, facilidade no acesso ao crédito, acesso ao programa de promoção de micro e pequenas empresas, promoção da inovação tecnológica, em geral, qualquer que o Governo Nacional determine no futuro (COLÔMBIA, 2010, artigos 2 e 3). A Lei ainda pretende criar um estímulo à proteção da população vulnerável, das crianças, da família, das pessoas em situação de pobreza extrema e do meio ambiente. É por isso que a proteção do consumidor pode se encaixar nessas disposições e, assim, exigir das empresas do setor financeiro maior responsabilidade e cuidado no tratamento do consumidor, nas suas necessidades, na sua instrução e educação, e especialmente na proteção dos seus direitos. A exigência de um informe anual sobre o impacto do empreendimento o meio ambiental, social, econômico ou financeiro das suas atividades (COLÔMBIA, 2010), permitiria um controle estatal mais forte, um acompanhamento especial para harmonizar as relações de consumo. Os programas do futuro permitirão que as políticas públicas de prevenção e tratamento do superendividamento sejam incorporadas imediatamente na cotidianidade das empresas e que sejam um objetivo do empreendimento, com metas no futuro.

Embora a Lei traga alguns parâmetros importantes de autorregulação das empresas, deixa como opção ao Governo Nacional a criação de um órgão de vigilância e controle, um Conselho de Responsabilidade Social Empresarial que edite normas e avalie o estado atual da responsabilidade empresarial e ambiental na Colômbia. Em consequência, a Lei não dá as ferramentas para aplicar as disposições e exigir seu cumprimento dos particulares (COLÔMBIA, 2010, artigo 7º). Pretende-se fazer a sua aplicação por meio de incentivos e não coercitivamente. Ou seja, o Governo deverá promover entre as empresas o acolhimento voluntário da Lei com a certificação socialmente responsável, como meio de promoção, difusão e qualidade sobre o gerenciamento no assunto de cada empresa (COLÔMBIA, 2010, artigo 8º).

²⁰ Texto original: Artigo 1º “*la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones, de tal manera que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamiento responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales*”.

Mais uma vez fica claro que a intenção da Lei é de promoção de boas práticas empresariais e não de imposição destas, tanto assim que na exposição dos motivos, o que se expressa é que a Lei tem o objetivo de incentivar e valorar atuações sociais e ambientalmente responsáveis pelos empreendimentos no país.

Embora seja uma boa iniciativa, o comportamento social e ambiental adequado das empresas requer mais que a boa vontade do Governo Nacional. A sugestão de reduzir impactos no entorno requer uma Política Pública séria e ajustada à realidade local e ao poder e às práticas comumente abusivas das empresas na Colômbia e na região. Entretanto, a implementação e aplicação da Responsabilidade Social Empresarial é o caminho certo para promover e garantir uma proteção efetiva do consumidor superendividado.

4.2.2 Educação para o consumo, educação financeira e consumo consciente do crédito

No projeto de vida humano, a educação é fundamental. A subsistência e desenvolvimento biológico, social e cultural vão depender dos conhecimentos que se adquirem no curso da vida, desde o seu início até o seu fim. Assim, “uma conduta reflexiva, vivência democrática equilibrada e coerente, atitudes conscientes, responsáveis e solidárias, requerem um contexto educacional efetivo e atuante” (BESSA, 2011, p. 11). Nesse sentido, a família é o primeiro agente educativo do ser humano e referente no curso da vida social, cultural e econômica.

A educação econômica começa nos lares, no seio das famílias, mas é continuada nas escolas e influenciada por estímulos e aprendizagem através da experiência. O projeto de educação para o consumo deve-se iniciar conjuntamente com os planos de ensino estabelecendo uma relação das decisões econômicas e de consumo com os problemas vivenciados cotidianamente. Desta forma, se possibilita criar uma consciência crítica e coletiva a idades curtas de maneira a formar cidadãos preocupados com fenômenos sociais e com o impacto das suas escolhas no entorno.

Antônio Carlos Efig (2011, p. 108) explica que “à medida que o consumidor se educa e passa a entender o alcance das vias hábeis existentes para a garantia da realização plena de seus direitos, torna-se exigente” e esta exigência favorece o aprimoramento das relações de consumo, o que “de certa forma, acaba ensinando e educando também o fornecedor – mesmo que forçosamente – a observar as normas consumeristas com a atenção pertinente”. Sobre a importância da educação dos consumidores para a assimilação dos princípios que norteiam a

Política Nacional das Relações de Consumo e como pré-requisito ao princípio da informação, José Geraldo Brito Filomeno (2007, p. 145-146) assinala que:

A educação de que cuida o inc. II do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor deve ser aqui encarada sob dois aspectos: a) a educação formal, a ser dada nos diversos cursos desde o primeiro grau de escolas públicas ou privadas, aproveitando-se as disciplinas afins (por exemplo, educação moral e cívica, onde se cuidará da qualidade dos alimentos, da água e outros produtos essenciais, e assim por diante); e b) educação informal, de responsabilidade desde logo dos próprios fornecedores quando, já mediante a ciência do marketing, como já acentuando noutro passo, e tendo-se em conta seus aspectos éticos, procurando bem informar o consumidor sobre as características dos produtos e serviços já colocados no mercado.

Assim a educação formal “deve iniciar desde os primeiros passos da criança nas escolas, até porque, os direitos do consumidor são uma face dos próprios direitos da cidadania” e a educação informal deve “ser objeto de preocupação não apenas os órgãos de defesa e proteção ao consumidor, bem como entidades não governamentais, como também, dos meios de comunicação de massa” (FILOMENO, 2007, p. 15). O objetivo principal da educação formal e da informal é levar ao consumidor, em qualquer faixa etária, informações e esclarecimentos que propiciem melhor postura no mercado de consumo. E dela dependerá o maior grau de conscientização que, por sua vez, conduzirá a um maior equilíbrio entre as partes (DE ALMEIDA, 2009, p. 58). Além disso, a educação que é interiorizada pelo ser humano permite analisar como a economia afeta os comportamentos do indivíduo e como este afeta, por sua vez, a economia. Já na relação de consumo e com respeito ao princípio da transparência se “alerta para o fato de que a informação não basta ser formal; ela deve efetivamente contribuir para que o consumidor possa tomar decisões, devendo qualificar-se como informação eficaz (transparente)” (EFING, 2011, p. 103). A educação e divulgação adequada dos produtos e serviços são trazidas pelo Código de Defesa do Consumidor no inciso II, do artigo 6º, como direito básico do consumidor, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações. Também se apresentam como elemento equilibrador da relação de consumo, vez que não são dever exclusivo do fornecedor, porque a obrigação constitucional de dirigir o processo de educação para o consumo é do estado.

A educação econômica, por sua vez, trata-se de “ações educativas que tem como objetivo favorecer a construção de noções econômicas básicas e estratégias para tomada de decisões pertinentes que permitam crianças e adolescentes posicionarem-se diante da sociedade de consumo como pessoas conscientes, críticas, responsáveis e solidárias” (BESSA, 2011, p.11). E pode-se dividir em três grandes linhas: a) alfabetização econômica, b) socialização

econômica, e c) psicologia econômica (psicologia do consumo). A alfabetização econômica corresponde àqueles elementos conceituais e práticos que permitem ao sujeito compreender as várias atividades econômicas a que está exposto diariamente e que constitui uma ferramenta de participação pública. A socialização econômica é o processo de aprendizagem das formas de relacionamento com o mundo econômico, mediado pela família e pela escola, que seria o equivalente à educação formal, permitindo aos indivíduos interagirem com a sociedade e com os fatores econômicos que embasam as relações econômicas. Finalmente, a psicologia econômica ou psicologia do consumo diz que todos os comportamentos relacionados com recursos escassos são parte dela, que pode-se conceituar tanto como efeito da economia sobre os indivíduos, quanto como efeito agregado dos indivíduos sobre aquela, podendo ter como modelo um ciclo de influenciar e ser influenciado (BESSA, 2011, p. 12).

No âmbito da educação financeira e econômica, Sônia Bessa (2011, p. 105) considera que as pessoas, e principalmente os estudantes, devem compreender a

função social do dinheiro, o sistema econômico, as relações econômicas, os bens duráveis e não duráveis, os serviços, bolsa de valores, sistema de crédito, investimento e juros, inflação e deflação, o dinheiro e as relações de mercado, a utilização do cheque, a relação destes fatores e a política econômica.

Elementos estes que devem ser incorporados a um projeto de educação abrangente para o consumo de serviços financeiros, desde a idade infantil, que com certeza criaria seres humanos mais conscientes e responsáveis nas suas decisões econômicas. Nas escolas, a educação para o consumo deve ser inserida nos problemas cotidianos, ressaltando a importância de ser um consumidor ativo, analítico, reflexivo e responsável quanto aos seus direitos e deveres. A respeito das problemáticas apresentadas, por exemplo,

quando se está no horário da aula de Português, pode ser analisada a linguagem persuasiva da publicidade, se for Matemática, pode ser solicitada o exame das contas de água, luz, telefone. Quando tratar-se de Ciências, pode ser observado o valor nutritivo dos alimentos, a qualidade, os preços, os alimentos orgânicos, o impacto ambiental da produção de alimentos [...] (BESSA, 2011, p. 106).

A esse respeito, o Comitê Econômico e Social da União Europeia (2014), no documento sobre a proteção dos consumidores e o tratamento adequado do superendividamento para evitar a exclusão social, afirmou que a educação financeira deve promover-se no meio escolar e deve estar disponível a todo momento e para todos os públicos. As associações de consumidores e familiares têm um papel importante na difusão da informação e na assistência do cidadão. O Comitê também chama a atenção para a necessidade de desenhar um programa nacional de

educação financeira no ambiente escolar e no marco das mencionadas associações, sejam públicas ou privadas. Aponta-se que a educação fora do ambiente escolar, principalmente fornecida aos adultos ou idosos, deve ser simples e concreta, que seja de fácil compreensão com uma linguagem clara que não induza a erros e que simplifique os termos técnicos para que consiga gerar o impacto positivo na vida de qualquer pessoa, sem importar seu grau de alfabetização, posição social, instrução profissional ou mesmo idade. Assim como se promoveu a democratização do crédito e a ampliação do financiamento do consumo à população mais carente, também deve iniciar-se um processo de democratização da educação financeira.

A prática de consumo de crédito consciente necessita de um assessoramento financeiro e de consumo adequado, essa obrigação é principalmente das entidades bancárias e creditícias, que implica aconselhamento no gerenciamento do orçamento. Isto deve se dar na etapa pré-contratual, pois em casos de superendividamento se apresentam insuficientes e inadequadas (UNIÓN EUROPEA, 2014). Em caso de superendividamento, os consumidores precisam de assessoramento técnico imediato e gratuito, que deve ser fornecido pelo Estado diretamente ou pela pessoa ou instituição que designe. O estabelecimento de centros de informação e assessoramento financeiro de assistência para o gerenciamento orçamentário, devem conhecer os direitos básicos e os mecanismos para realizá-los, para solucionar os conflitos com o fornecedor, também é uma recomendação do Comitê Econômico e Social da União Europeia (2014).

Finalmente, entende-se que os dispositivos de tratamento e reabilitação ou liquidação do patrimônio do consumidor não são suficientes para conseguir a diminuição na taxa de superendividamento, quando não está acompanhada de educação financeira e para o consumo completa, transparente e efetiva, promovida, principalmente, pelo Estado por meio de políticas públicas que atinjam a todos os setores da sociedade. Isso se faz necessário em razão do superendividamento ser um fenômeno social que não pertence, *per se*, à população mais carente, senão que afeta a todas as faixas da sociedade.

O investimento em educação, no futuro, vai redundar em melhora da qualidade de vida dos cidadãos e em condições ambientais, sociais, culturais e econômicas ótimas. Se forem concentrados na educação transparente para o consumo os mesmos esforços e recursos investidos na publicidade, o impacto cultural, social e econômico e, especialmente, ambiental seria muito positivo e favoreceria um verdadeiro desenvolvimento sustentável. O estresse das dívidas para a manutenção de determinado *status* social e o cumprimento das exigências que o mercado impõe poderiam desaparecer e abrir espaço a uma real liberdade de escolha do projeto de vida pessoal.

4.2.3 Políticas Públicas de enfrentamento do superendividamento

As políticas econômicas e as leis devem objetivar pelo bem-estar e cumprimento dos objetivos do Estado Social e Democrático de Direito, onde o Poder Público, no papel de juiz e executor, adote as medidas corretivas necessárias para evitar a vulneração das garantias fundamentais e, ao mesmo tempo promova o desenvolvimento desses direitos.

Uma Política Pública de combate do superendividamento é importante no Estado Social de Direito para ampliar a configuração normativa do direito fundamental do consumidor e lhe dá ferramentas para seu desenvolvimento e defesa. A promoção da educação financeira e para o consumo desde uma tenra idade é a chave para criar cidadãos mais conscientes e responsáveis, na tarefa da prevenção, enquanto ao tratamento e auxílio da pessoa superendividada deve criar estratégias efetivas de reabilitação do seu patrimônio, e de preservação da sua dignidade.

Os processos de insolvência consagrados na Política Pública não só devem procurar o pagamento total da obrigação ao credor, senão que devem também se preocupar pelos efeitos sociais e econômicos do superendividamento que sofre o devedor, sua família, a sociedade e a ordem econômica. O objetivo principal do tratamento do superendividamento é oferecer às famílias uma solução para evitar a exclusão social e permitir-lhes, quando for possível, adimplir suas dívidas na medida de sua capacidade contributiva. Aliás alguns dispositivos podem prever o pagamento parcial ou total das dívidas em situações graves de endividamento e com o fim de oferecer-lhes uma segunda oportunidade.

O legislador deve considerar os fatores que contribuem para o superendividamento:

A desregulamentação do mercado de crédito; redução de estado de bem-estar social; democratização do crédito; impulsividade dos consumidores; falha de mercado consistente na assimetria informativa; falta de informação financeira dos consumidores; heurística incompleta dos consumidores que os leva a avaliar mal o risco de superendividamento; concessão de crédito irresponsável pelos fornecedores ao descumprir o dever de avaliação prévia da capacidade de reembolso dos consumidores; criação de novas formas de crédito (cartão de crédito, crédito consignado, empréstimo *on-line*); a publicidade que incentiva o crédito sem alertar para os riscos de superendividamento e os acidentes da vida (desemprego, divórcio, doença, entre outros fatos imprevisos que impedem o pagamento das dívidas) (LIMA, 2014, 178).

Dentre os efeitos que devem ser enfrentados pelo legislador na Política de Tratamento ou Enfrentamento do superendividamento, estão a “redução da produtividade do consumidor, a dificuldade de manutenção das despesas de subsistência da família; insegurança econômica; visão pessimista da vida; problemas de saúde; discussões e rupturas familiares; consumo

exacerbado de álcool ou drogas até o mesmo suicídio” (LIMA, 2014, 178). Uma Política Pública de enfrentamento do superendividamento deve pelo menos: criar um incentivo ao crédito responsável, promovendo um pensamento mais crítico do consumidor e persuadindo ou mesmo punindo ao fornecedor que deve ser sujeito de constante vigilância e controle; reduzir os custos de cobrança e a perda com a liquidação de bens desvalorizados, procurando reabilitar na maior medida possível o patrimônio do devedor e conservando o mínimo para sua subsistência digna; distribuição mais eficiente dos prejuízos; redução dos custos sociais do crime; doença e desemprego, dentre outras (LIMA, 2014, p. 179-180).

Pode-se adotar um modelo de perdão das dívidas, de planos de pagamento ou misto, que permita a reabilitação do patrimônio do devedor e a satisfação das obrigações a favor do credor, sempre que aquele tenha sido diligente e atuado de boa-fé na concessão do crédito, observando os princípios da atividade financeira e de consumo, que justifiquem a proteção do Estado de seus interesses (LIMA, 2014, p. 179-180). Por sua vez, o consumidor amparado pelo auxílio do direito deve ser uma pessoa de boa-fé, diligente e que tem a possibilidade de exigir do Estado a defesa de seus direitos fundamentais, incluída a educação financeira e para o consumo, que o coloque em uma posição melhor frente ao poderoso fornecedor de serviços financeiros, especialmente.

Destaca-se, nesse sentido, a sugestão de Clarissa Costa de Lima (2014, p. 179-180) que opina que o modelo brasileiro de tratamento do superendividamento deve ser híbrido e atender as seguintes diretrizes pelo legislador:

(a) a regulação da falência deve ter como objetivo não somente o reembolso dos credores, mas a atenuação dos efeitos sociais do superendividamento para o devedor, sua família e para a sociedade; (b) a falência deve prever medidas que mitiguem as consequências negativas do estigma, culpa, risco moral, entre outros fatores que possam dificultar a realização dos objetivos visados; (c) a falência deve ser inclusiva, acolhendo superendividados passivos e os ativos inconscientes, esses últimos mediante a análise de sua boa-fé em cada caso concreto; (d) a falência deve prever uma fase conciliatória visando à realização de planos de pagamento consensuais, incentivando o reembolso das dívidas e o cumprimento dos contratos; (e) os planos de pagamento devem conter as medidas necessárias para viabilizar o reembolso das dívidas de acordo com o orçamento do consumidor, não podendo comprometer o mínimo existencial que deverá ser resguardado como garantia da dignidade da pessoa humana; (f) a duração dos planos pode ser fixada pelo legislador, aplicando-se igualmente a todos os consumidores ou pelo juiz de acordo com as circunstâncias de cada caso. Recomendam-se planos de curta duração, pois aumentam as chances de cumprimento; (g) os consumidores sem bens e sem rendas, ou seja, sem condições financeiras de cumprir um plano de pagamento não devem ser discriminados pelo sistema de falência, recomenda-se o perdão das dívidas nas situações mais graves de superendividamento, ou seja, quando o consumidor de boa-fé não tem bens e nem renda para reembolsar os credores. O perdão, que pode ser condicionado ao cumprimento de alguns deveres pelo consumidor, faz **prevalecer os valores**

existenciais sobre os patrimoniais em respeito ao princípio constitucional da dignidade da pessoa humana (grifos nossos).

O controle normativo e social do superendividamento deve reforçar as garantias dispostas na Lei priorizando pela vedação das práticas abusivas, da publicidade enganosa dirigida especialmente aos mais vulneráveis (crianças, por exemplo) e da captação agressiva de consumidores de créditos. Também deve substituir os espaços ocupados pela promoção do consumo imediato, inconsciente e irresponsável por ambientes saudáveis que incentivem a cultura, a educação, o pensamento crítico, dentre outras, que atinjam a todos os cidadãos, onde prevaleçam as práticas leais e éticas.

A prevenção do superendividamento necessita de práticas de concessão de crédito responsáveis, de sanções dissuasórias no caso de descumprimento dos parâmetros e obrigações de informação dos fornecedores. O comportamento profissional deve-se exercer desde a oferta do bem ou serviço, no assessoramento e explicações que facilitam ao consumidor no momento de assinar o contrato de crédito. É necessário o enfoque personalizado, a transparência sobre os produtos oferecidos, das características, dos riscos e das obrigações a serem contraídas. Individualmente o bom comportamento do fornecedor não pode ser imposto e garantido ao mesmo tempo pela legislação, pois depende de certas atitudes éticas e morais que devem ser interiorizadas e manifestadas nas atuações da vida econômica e social. Ou seja, podem ser influenciadas e censuradas socialmente pelos colegas, os consumidores e a sociedade em geral, sem prejuízo das sanções legais dispostas. Uma regulamentação via Política Pública da concessão do crédito e da atividade profissional financeira, com certeza, contribuirá para prevenir ou atenuar uma das causas principais do superendividamento.

A informação oferecida pelo fornecedor do crédito ou dos bens e serviços de consumo, não é suficiente se não for acompanhada de medidas e diretrizes educativas em todos os setores sociais, encabeçado pelo Estado e seguido pelos diferentes agentes sociais que participam da relação de consumo. Nos casos graves de superendividamento, a proteção da dignidade e mínimo existencial do indivíduo deve se estender a ajudas sociais, como o pagamento das contas de eletricidade, gás e água, o aluguel, alimentação e saúde e o pagamento aos credores da totalidade ou parte das dívidas. Mesmo assim, deve implementar-se um dispositivo destinado a analisar em detalhe a situação das pessoas endividadas, verificar a legalidade das quantidades que se reclamam, negociar com seus credores um plano de liquidação ou preparar outras soluções, como procedimentos judiciais, e informar-lhes sobre seus direitos e deveres (UNIÓN EUROPEA, 2014).

Todos esses procedimentos sempre são precedidos de uma fase de conciliação e logo da aprovação judicial dos acordos e liquidação patrimonial. O administrador judicial ou qualquer figura similar, pode ser nomeado pelo juiz para receber declarações do crédito, verificar a informação dada pelo devedor, pesquisar sobre as condições de vida e situação patrimonial das pessoas endividadas, definirem os ingressos necessários para que os indivíduos assumam as despesas correntes, manter o excedente dos ingressos destinado ao pagamento da dívida, vender alguns dos bens, elaborar um projeto de plano de liquidação e controlar a execução do mesmo e a fidelidade dos consumidores superendividados (UNIÓN EUROPEA, 2014).

Outro ponto importante que deve regulamentar a Política Pública tem a ver com a definição dos bens de propriedade do devedor e de uso da sua família que não podem ser afetados com medidas judiciais ordinárias como a apreensão ou liquidação e venda, pois formam parte das possessões mínimas para uma existência digna, para o bom desenvolvimento das crianças, para a saúde e bem-estar dos membros da família. Sem todo essas definições e observações, o devedor e sua família seria colocado em uma situação de pobreza, contrariando as garantias e objetivos do Estado e a Constituição, tal como manda a figura protegida constitucionalmente do mínimo existencial.

O acompanhamento dos consumidores reabilitados evita o risco de reincidência no superendividamento. Os mecanismos de amparo devem incluir uma fase de conscientização e educação financeira para o consumo efetivo, que dê ao consumidor a possibilidade de decidir responsabilmente sobre suas finanças e a oportunidade de solicitar assessoramento posterior ao processo de falência pessoal.

O assessoramento em matéria de serviços financeiros e de consumo, como o gerenciamento do orçamento, deve ser dirigido pelas autoridades públicas e atingir, especialmente, as pessoas endividadas, colocando à disposição dos cidadãos serviços de ajuda social e assistência jurídica imediata e gratuita, por meio de associações de proteção do consumidor, universidades, ONG e instituições afins.

Afinal, o que se propõe é uma luta mais decidida e ambiciosa mediante uma Política Pública que dê um alcance maior ao direito do consumidor, que crie e facilite ferramentas para lutar contra o problema social do superendividamento.

O ideal seria fortalecer a prevenção, além do tratamento que requer modelos que se aproveitem da experiência internacional para preservar a dignidade da pessoa humana e os demais direitos fundamentais do consumidor; reabilitar o patrimônio e conservar o mínimo existencial do superendividado; vedar a exclusão social e financeira; e controlar e evitar o

consumo impulsivo, sem prejuízo de honrar as dívidas contraídas, obviamente na medida do possível.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O elemento subjetivo incorporado na definição das necessidades de consumo vai reclamar da sociedade e do mercado a disponibilização de um novo mundo de bens e serviços. A linha entre necessidade e desejo desaparece para se misturar e confundir no psíquico do indivíduo e da coletividade, criando uma verdadeira cultura e identidade de consumo.

As mudanças experimentadas no século XIX e XX fortaleceram um modelo econômico capitalista liberal, ajudado pela implantação de uma ética de trabalho que permitiu e acelerou a industrialização, e vinculou todos os cidadãos como força produtiva, mesmo que obrigados. Posteriormente, a estética do consumo manteve a economia de mercado funcionando e crescendo, porém, com um altíssimo custo social e cultural, com a criação de uma nova identidade que explora o ser humano e a natureza para satisfazer desejos e necessidades, confundidos e misturados entre si, que enriquece e empobrece igualmente. Todo este contexto, no século XXI, coloca a sociedade em um caminho de decadência social e completamente insustentável em matéria ambiental.

A proteção do consumidor pelo direito veio como resultado da aceleração no consumo e da desigualdade nessa relação, da desproteção do indivíduo em relação ao fornecedor. Os regimes de defesa do consumidor foram produto de lutas e movimentação social, que forçaram o reestabelecimento do equilíbrio entre fornecedores e consumidores. Também é reestabelecido pelo reconhecimento da vulnerabilidade fática e jurídica do indivíduo, da ausência desse conhecimento da técnica, das consequências do uso dos produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo, informação que somente o fornecedor ou um especialista no assunto poderiam ter.

Nesse marco da sociedade informacional e de consumo, a proteção do consumidor torna-se protagonista. O impacto da publicidade, da mídia e dos agentes do mercado coloca o cidadão em uma situação de vulnerabilidade, já que se encontra imerso em um mundo cheio de estímulos para consumir e de fornecedores interessados em vender e lucrar. Se importar com o cliente não é uma prioridade e preveni-lo sobre os efeitos adversos do consumo inconsciente também não ocupa a agenda dos fornecedores, especialmente das entidades financeiras. Poucos consumidores sabem que o crédito fácil é o mais caro do mercado. Como vimos nos dados de concessão de empréstimos de consumo na Colômbia, a média da taxa de juros é, inclusive, mais alta que a taxa de usura certificada pela autoridade financeira, fato que evidentemente agrava a situação do consumidor endividado e que o coloca em risco de superendividamento, afetando seus direitos fundamentais. A transparência, a informação e a educação proporcionadas ao

consumidor podem evitar o risco de superendividamento e pode persuadir o indivíduo a não consumir ou se endividar sem necessidade. Essa é precisamente a principal hipótese deste trabalho.

A afetação do superendividamento às condições mínimas de existência do indivíduo e das famílias, entre outras consequências negativas, obriga fazer uma ligação com a dignidade humana e sua prevalência constitucional. Os Estados Sociais e Democráticos de Direito se fundam em princípios, valores e garantia de direitos como a justiça, a igualdade, a liberdade e o bem-estar, em um marco jurídico democrático e participativo que permita ter uma ordem política, econômica e social justa, fraterna, pluralista e solidária. A análise do fenômeno do superendividamento à luz de cada um desses elementos, resulta que, em termos de justiça, existem múltiplos mecanismos jurisdicionais para garantir o pagamento das dívidas aos particulares e às entidades financeiras. Porém a reabilitação da pessoa superendividada ainda é muito fraca, juntamente com o estigma social, o empobrecimento e o impacto ao mínimo existencial, a afetação psicológica e a pouco ou inexistente mitigação do dano sofrido pelo consumidor superendividado, colocam-na em uma posição de extrema vulnerabilidade e desigualdade, verdadeiramente injusta.

Usufruir da liberdade garantida constitucionalmente não é uma possibilidade para o indivíduo e para as famílias superendividadas. Para estes, as únicas escolhas são submeter-se às condições de pagamento do credor, às impostas pelo juiz, modificar suas condições de vida e existência, ou sacrificar necessidades básicas como saúde, educação e lazer. Notavelmente o bem-estar da pessoa que é assediada, empobrecida e estigmatizada socialmente, será afetado. O estado financeiro e emocional está intimamente relacionado à dignidade do ser humano, assim como a satisfação das necessidades mínimas e as condições de existência naturais, que são imprescindíveis. A anterior análise leva a concluir que o superendividamento contraria os fundamentos da sociedade e do Estado, sendo completamente inconstitucional. Portanto, requer da intervenção urgente dos Poderes Públicos, não só para manter uma economia sadia ou a segurança jurídica do setor financeiro, mas principalmente para garantir os direitos fundamentais do cidadão desprotegido e vulnerável, superendividado.

A inconstitucionalidade do fenômeno, a afetação ao indivíduo e ao entorno trazem à tona a questão socioambiental, que tenta vincular aspectos humanos e ambientais, estudados à luz de diferentes disciplinas, com uma visão holística e abrangente, e que obriga de alguma maneira a procurar as soluções mais justas, igualitárias e baseadas na solidariedade (como princípio fundante da sociedade). Estas soluções podem dar um alívio ao vulnerável e a sua família, para restabelecer seus direitos, reabilitar seu patrimônio e prevenir uma nova falência.

Para isso, é necessário o papel ativo do Estado por meio de Políticas Públicas sérias e efetivas, fundadas no respeito das bases constitucionais e legais. Assim, a função socioambiental deve orientar os contratos e as relações humanas para propender pela responsabilidade e pela minimização dos efeitos negativos de uma falência pessoal, da inadimplência ou do não cumprimento das obrigações contraídas.

Certamente a adoção da responsabilidade social empresarial trará efeitos positivos na consciência do empresário, do consumidor e da sociedade. As boas práticas de negócio e de consumo poderão ser replicadas, incentivadas e premiadas. O respeito aos direitos humanos, à ordem constitucional, às disposições trabalhistas e aos princípios da legalidade, integridade e ética terão um impacto favorável para a comunidade em conjunto, gerarão confiança nas instituições sociais, econômicas e nos Poderes Públicos. Os benefícios para os empreendimentos comprometidos com práticas social e ambientalmente responsáveis poderão ser a otimização do gerenciamento de recursos, o reconhecimento da marca, a inovação, vantagens competitivas, confiança do consumidor, redução da burocracia e corrupção e um sistema de apoio para solução de controvérsias (entre empresas e respeito ao Estado).

No entanto, a mudança não pode ser exigida, exclusivamente, aos empresários, é preciso uma consciência social diferente, reflexiva, crítica e educada. A sociedade de consumo impõe um padrão de vida muito alto para a maioria dos cidadãos, que lutam a vida toda para alcançá-lo. A mídia e o mercado oferecem a possibilidade de desejar – obter – despejar, tudo isso em um curto período de tempo. A geração anterior procurava estabilidade laboral, emocional e econômica. Esta geração está na busca constante de novidade, a estabilidade se apresenta como monótona e pouco atrativa, em consequência, o mundo já não tem limites para ninguém, a tecnologia e as comunicações fizeram acreditar que nada é impossível e que tudo se pode obter instantaneamente: o crédito permite comprar, as redes sociais divulgar e o mercado substituir rapidamente. Porém os efeitos dessa inconsciência são tão custosos para a identidade coletiva e própria que geram o esgotamento da natureza e a exploração do ser humano.

Quando a sociedade conseguir fugir do êxtase do consumo tomará consciência e reconsiderará todos esses valores equivocados nos quais se fundamentou. E provavelmente terá que se reconstruir e reformular para afrontar as consequências desta irreflexividade. Tomara que seja a tempo e não tarde demais para começar de novo.

Este trabalho, mais que tentar fazer um aporte jurídico à compreensão do superendividamento, pretende fazer um chamado à reflexão sobre as decisões de vida próprias e coletivas e trazer uma visão crítica do fenômeno do consumismo e das ações do Estado, das Empresas e do Indivíduo. Pretende-se ressaltar também os esforços do Brasil e de outros países

para combater o superendividamento e a necessidade de uma regulamentação no Sistema Jurídico Colombiano, para sua prevenção e tratamento.

REFERÊNCIAS

- ADICAE Extremadura, Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros. **El sobreendeudamiento de los consumidores, guía de mediadores**. Mérida: ADICAE-Reproimsa, 2004. Disponível em: <http://hipotecaconderechos.org/documentos/folletos/libro_sobreendeudamiento.pdf>.
- ALEXY, Robert. **Teoria dos direitos fundamentais**. 2. ed. São Paulo: Malheiros, 2014.
- ALMEIDA, Joao Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 7. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2009.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- ARIAS, Esteban; BAROCELLI, Sergio S. **El sobreendeudamiento del consumidor y la adicción al consumo**. Argentina. Disponível em: <<http://www.cea.unc.edu.ar/acaderc/el-sobreendeudamiento-del-consumidor-y-la-adiccion-al-consumo>>. Acesso em: 15 jan. 2018.
- ARRUDA, Thereza; ALVIM, James Martins Eduardo. **Código do Consumidor comentado**. 2. ed. Sao Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.
- BAGGIO, Andreza Cristina. **Confiança e responsabilidade nas relações de Consumo: considerações acerca dos sites de Compras coletivas**. Disponível em: <<http://www.grupouninter.com.br/iusgentium/index.php/iusgentium/article/viewFile/146/120>>. Acesso em: 15 jan. 2018.
- _____. A sociedade de risco e a confiança nas relações de consumo. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 127-147, jan./jun. 2010.
- BANCO DE LA REPÚBLICA. **El sistema financiero colombiano: estructura y evolución reciente**. Revista del Banco de la República (Bogotá), Vol. LXXXVI, N° 1023, jan. 2013.
- BARROSO, Luís Roberto. **A nova interpretação constitucional: ponderação, direitos fundamentais e relações privadas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. **Trabajo, consumismo y nuevos pobres**. Barcelona: Gedisa. 1999.
- _____. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BECK, Ulrich. **La sociedad del riesgo global**. España: Siglo Veintiuno, 2002.
- BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. **Superendividamento do consumidor – mínimo existencial – casos concretos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.
- BESSA, Sônia. **Do consumo ao consumismo: análise dos hábitos e condutas de consumo e endividamento**. Curitiba: CVR, 2011.

BUCAR, Daniel. **Superendividamento: Reabilitação da Pessoa Humana**. São Paulo: Saraiva, 2017.

BRANCO, Samuel Murgel. **O meio ambiente em debate**. 3 ed. São Paulo: Ed. Moderna, 2002.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988

_____. Banco Central do Brasil. **Composição e segmentos do Sistema Financeiro Nacional**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/composicao/composicao.asp> Acesso em: 30 nov. 2017.

_____. Ministério da Justiça. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. **Prevenção e tratamento do superendividamento**. Elaboração de Claudia Lima Marques, Clarissa Costa Lima e Káren Bertoncello. Vol. 1. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2010. Disponível em: <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/Anexos/manual-tratamento-do-super%20endividamento.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2017.

_____. Senado Federal. **Projeto de Lei do Senado nº 283**. Atividade Legislativa. Autoria: Senador José Sarney. Brasil. 2012.

_____. Senado Federal. **Explicação da ementa Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012 - AGENDA BRASIL 2015**. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106773>. Acesso em: 17 jan. 2018.

_____. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 3515**. 2015.

BRAGA, Adriana. McLuhan entre conceitos e aforismos. **Revista ALCEU**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 24 - p. 48 a 55, jan./jun., 2012. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Artigo%204_24.pdf.

CARVALHO, José Carlos Maldonado de. **Direito do consumidor**. Fundamentos doutrinários e visão jurisprudencial. 5. ed. Rio de Janeiro: Lumen juris. 2011.

CASTELLS, Manuel. **La era de la información: economía, sociedad y cultura**. Vol. I. La Sociedad Red. 2. ed. Trad. Carmen Martínez Gimeno, Jesús Alborés. Madrid: Alianza Editorial S.A., 2000.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CAVEDON, Ricardo; FERREIRA, Helene Sivini; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra. O meio ambiente digital sob a ótica da Teoria da Sociedade de Risco: os avanços da informática em debate. **Revista Direito Ambiental e sociedade**, v. 5, n. 1, p. 194-223, 2015.

COLÔMBIA, Constitución (1991). **Constitución Política de Colombia**. Bogotá: Asamblea Nacional Constituyente, 1991.

_____. Congreso de la República. **Ley 1480 de 2011**: Estatuto del Consumidor. Publicada en el Diario Oficial 48220 de octubre 12 de 2011.

_____. Senado de la República. **Proyecto de Ley 70 de 2010**: por la cual se definen normas sobre la responsabilidad social empresarial, la protección infantil y se dictan otras disposiciones.

_____. Congreso de la República. **Ley 1564 de 2012**: Código General del Proceso. Publicada en el Diario Oficial 48489 de julio 12 de 2012.

_____. Superintendencia de Sociedades. **Introducción al tema de Insolvencia**. Documentos- cursos virtuales. Colombia. Disponible en: <<http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/Introduccion-cursovirtualinsolvencia.pdf>>. Acceso en: 21 dez. 2017.

_____. Superintendencia Financiera. **Acerca de la SFC**. Colombia. Disponible en: <<http://www.superfinanciera.gov.co>>. Acceso en: 21 nov. 2017.

_____. Superintendencia Financiera. Delegatura para riesgos operativos. **Informe de operaciones – primer semestre de 2017**. Disponible en: <<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/Publicaciones/publicaciones/loadContenidoPublicacion/id/61066/f/0/c/00>>. Acceso en: 21 dez. 2017.

_____. Superintendencia Financiera. Comunicado de Prensa. **Certificación del interés bancario corriente para las modalidades de crédito de consumo y ordinario, microcrédito y consumo de bajo monto**. 29 set. 2017.

_____. Superintendencia Financiera de Colombia. **Funciones jurisdiccionales de la Superintendencia Financiera de Colombia en materia de protección al consumidor financiero**. 27 out. 2017. Disponible en: <<https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/funciones-jurisdiccionales--61136>> Acceso en: 02 jan. 2018.

COTRINO, Leonardo Otálora. **La ciudad y el ciudadano en la sociedad de consumo**. El debilitamiento político de la subjetividad y la desaparición de lo social. Revista Acta Sociológica, año XLV, núm. 69, enero-abril de 2016. México D.F. Disponible en: <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/ras/article/view/32154>>.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 9° ed. São Paulo: Atlas S.A., 2007.

FILOMENO, José Geraldo Brito et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor – comentado pelos autores anteprojeto**. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

FUNDACIÓN AVINA, Consumers International. **Programa: crédito y sobreendeudamiento de los consumidores**. Santiago de Chile, 2008.

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo: consumo e sustentabilidade**. 3 ed. rev. e atual. Curitiba: Juruá, 2011.

_____. **Contratos e Procedimentos Bancários à Luz do Código de Defesa do Consumidor**. 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

EFING, Antônio Carlos. La tutela brasileña del consumidor de crédito y el necesario tratamiento del sobre-endeudado. In: WOOLCOTT, Olenka Oyague et al. **La protección del consumidor bancario: examen de sus fundamentos y problemas actuales desde una perspectiva de derecho comparado**. Bogotá: Grupo Editorial Ibáñez, 2017. p. 161-188

ESCALANTE, Fernando. **História mínima del neoliberalismo**. México D.F.: El Colégio de México, 1962.

EVANS, Michelle. **América Latina y su problema de deuda de consumo**. Santiago de Chile: Publicado en América Economía. 2014.

GAULIA, CRISTINA TEREZA. Superendividamento: um fenómeno social da pós-modernidade: causas invisíveis – soluções judiciais eficazes. In: MARQUES, CLAUDIA LIMA et al. (Org.) **Direitos do Consumidor Endividado II**. Sao Paulo: Revista dos Tribunais. 2016. p. 45 – 84.

GONZÁLEZ, Mario Alejandro; LEÓN, John Jairo. Análisis del endeudamiento de los hogares colombianos. **Revista Desarrollo y Sociedad**, Bogotá, P. 127-153, 2007.

_____. **Análisis del Endeudamiento de los Hogares Colombianos**. Borradores de Economía No. 452. Bogotá: Banco de la República, 2007.

HACHEM, Daniel Wunder. **Tutela administrativa efetiva dos direitos fundamentais sociais: por uma implementação espontânea, integral e igualitária**. Curitiba, 2014. 614 f. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

HERNÁNDEZ, Carlos A., FRUSTAGLI, Sandra, A. Consideraciones acerca de los instrumentos de prevención del sobreendeudamiento de los consumidores. **Revista de Derecho Económico Empresarial**. Estudios en homenaje al Dr. Héctor Alegría, coordinadores Marcelo Gebhardt y Diana Farhi. Buenos Aires: La Ley, 2011.

LEONARD, Annie. **A história das coisas**. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LIMA, Clarissa Costa de. **O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **A sociedade pós-moralista: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos**. São Paulo: Manole, 2005.

LÓPEZ SAN LUIS, Rocío. El tratamiento del sobreendeudamiento de los particulares en Francia. **Revista de Derecho Civil**, Almería-España, vol. II, núm. 2. Ensayos, pp. 207-228, 2015. Disponível em: <<http://nreg.es/ojs/index.php/RDC/article/view/128/104>>.

MARTIN, Naele. **Hábitos de consumo: o comportamento do consumidor que a maioria dos profissionais do marketing ignora.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis.** 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2014.

MARQUES, Claudia Lima, CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord). **Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, Maria Manuel Leitão (Coord.). **O endividamento dos consumidores.** Coimbra, Almedina, 2000.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de direito administrativo.** 11 Ed. São Paulo: Malheiros, 1998.

MERCOSUL. **Declaração de Salvador:** acerca do tema Crédito e Superendividamento. Comitê Técnico N° 7 Defesa do Consumidor. 13 e 14 de agosto de 2009.

NAVAJAS, Sergio. **Préstamos de consumo y sobreendeudamiento en América.** The Multilateral Investment Fund (MIF). Disponível em: <<http://www.fomin.org/en-us/Home/FOMINblog/Blogs/DetailsBlog/ArtMID/13858/ArticleID/2017/NoTitleLink.aspx>>. Acesso em: 21 dez. 2017.

OLIVEIRA, Andressa Jarletti Gonçalves de. **Defesa judicial do consumidor bancário.** Curitiba: Rede do Consumidor, 2014.

PEREIRA, Ana Lúcia Pretto. **A reserva do possível na jurisdição constitucional brasileira:** entre o constitucionalismo e democracia. 277 f. Dissertação (Mestrado) – Setor de Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.

PICO-ZÚÑIGA, Fernando Andrés. El alcance de los principios generales del Estatuto del Consumidor colombiano. **Revista Vniversitas**, Bogotá, n. 134. p. 291-326, jan-jun 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.vj134.apge>>. Acesso em: 03 dez. 2017.

POLANYI, Karl. **A grande transformação:** as origens de nossa época. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2000.

PORTAFOLIO. **Bancos reportan ganancias por 3,4 billones de pesos a mayo.** 17 jul. 2017. Disponível em: <<http://www.portafolio.co/economia/ganancias-de-bancos-por-3-4-billones-de-pesos-a-mayo-2017-507817>>. Acesso em: 21 dez. 2017.

PORTO, Antonio José Maristrello et al (Org.). **Supernedividamento no Brasil Vol. II.** Curitiba: Juruá, 2016.

RAE. Diccionario de la Real Academia Española. Consumo. Disponível em: <http://dle.rae.es/?id=AT3QP6H> Acesso em: 15 jan. 2018.

SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade**. Tradução de Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

TAMBARA, Isabelle; BATISTA, Osvaldo Henrique dos Santos; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra. **A Proteção do Consumidor e as Técnicas de Neuromarketing no Comércio Eletrônico que Potencializam sua Vulnerabilidade**. Revista Direito Empresarial (Curitiba), v. 11, p. 89-107, 2014.

TRUJILLO DIEZ, Iván de Jesús. **El sobreendeudamiento de los consumidores** (Estudio jurídico en el marco de la colaboración entre la Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y el Centro de Estudios del Consumo de la Universidad de Castilla-La Mancha). Universidad de Castilla-la Mancha. Castilla: Comares, 2003. Disponível em: <<http://www.ecri.eu/new/system/files/13+Sobreendeudamiento-spanish-Trujillo.pdf>>. Acesso em: 30 nov. 2017.

UNIÓN EUROPEA, Comité Económico y Social. **Dictamen del Comité Económico y Social sobre "El sobreendeudamiento de los hogares"**. Diário Oficial n° C 149 de 21/06/2002 p. 0001 – 0004. Bruselas, 24 abr. 2002. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52002IE0511> Acesso em: 21 dic. 2017.

_____. Comité Económico y Social. **Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «Protección de los consumidores y tratamiento adecuado del sobreendeudamiento para evitar la exclusión social»** (Dictamen exploratorio). Diário Oficial n° C 311/38 de 12.9.2014. Bruselas, 29 abr. 2014. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52014AE0791>>. Acesso em: 21 dez. 2017.

VASCOSELOS, Federico Bernardes. **O Código de Defesa do Consumidor Aplicado ao Sistema Financeiro Nacional**. In. JANTALIA, Fabiano (Org.). Regulação Jurídica do Sistema Financeiro Nacional. Rio de Janeiro: Lumen Iuris, 2009. p. 35-56.

ZINGALES, Luigi. **Um capitalismo para o povo: reencontrando a chave da prosperidade americana**. São Paulo: BEI Comunicações, 2015.